

# **Treball de Fi de Grau**

## **Títol**

**Localitzacions cinematogràfiques i el procés de *scouting*: estudi de la seva situació en el context audiovisual actual**

## **Autoria**

Madrona Otero Jorba

## **Professorat tutor**

Rafael Uyà Puigmartí

## **Grau**

Comunicació Audiovisual	X
Periodisme	
Publicitat i Relacions Públiques	

## **Tipus de TFG**

Projecte	
Recerca	X

## **Data**

1 de juny de 2021

# Full resum del TFG

## Títol del Treball Fi de Grau:

<b>Català:</b>	Localitzacions cinematogràfiques i el procés de <i>scouting</i> : estudi de la seva situació en el context audiovisual actual.			
<b>Castellà:</b>	Localizaciones cinematográficas y el proceso de <i>scouting</i> : estudio de su situación en el contexto audiovisual actual.			
<b>Anglès:</b>	Film locations and scouting process: a study of its situation in the current audiovisual context.			
<b>Autoria:</b>	Madrona Otero Jorba			
<b>Professorat tutor:</b>	Rafael Uyà Puigmartí			
<b>Curs:</b>	2020/21	<b>Grau:</b>	<b>Comunicació Audiovisual</b>	X
			<b>Periodisme</b>	
			<b>Publicitat i Relacions Públiques</b>	

## Paraules clau (mínim 3)

<b>Català:</b>	Localitzacions, espai narratiu, <i>scouting</i> , localitzador, <i>film commission</i>
<b>Castellà:</b>	Localizaciones, espacio narrativo, <i>scouting</i> , localizador, <i>film commission</i>
<b>Anglès:</b>	Locations, narrative space, scouting, location scout, film commission

## Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

<b>Català:</b>	En la narrativa audiovisual l'espai és un dels eixos centrals del relat. Les localitzacions cinematogràfiques, per tant, són un element rellevant per contextualitzar un producte audiovisual. Aquest projecte tracta de remarcar el valor dels escenaris cinematogràfics i analitzar el procés d' <i>scouting</i> que es duu a terme per localitzar-los. En el present treball s'exposa el paper dels localitzadors i les <i>film commissions</i> en la indústria audiovisual a Catalunya, degut al gran reclam que suposen els escenaris del territori català.
<b>Castellà:</b>	En la narrativa audiovisual el espacio es uno de los ejes centrales del relato. Las localizaciones cinematográficas, por tanto, son un elemento relevante para contextualizar un producto audiovisual. Este proyecto trata de remarcar el valor de los escenarios cinematográficos y

	analizar el proceso de <i>scouting</i> que se lleva a cabo para localizarlos. En el presente trabajo se expone el papel de los localizadores y las <i>film commissions</i> en la industria audiovisual en Cataluña, debido al gran reclamo que suponen los escenarios del territorio catalán.
<b>Anglès:</b>	In audiovisual narrative, space represents a pivotal axis of the story being related. Hence the reason why cinematographic locations are such a relevant component in order to contextualise an audiovisual product. The present project aims to highlight the value of film sets in addition to analysing the scouting process utilised to locate them. Furthermore, this work showcases the role of location scouts and film commissions in Catalonia's Audiovisual Industry given the existing demand of Catalan-located sets.

---

# ÍNDEX

1. Introducció .....	3
1.1. Objectius .....	5
1.2. L'objecte d'estudi .....	7
2. Marc Teòric .....	8
2.1. L'espai en la narrativa audiovisual .....	8
2.1.1. Construcció de l'univers en la narrativa audiovisual .....	8
2.1.2. L'espai com a eix narratiu .....	9
2.1.2.1. Característiques de l'espai .....	12
2.1.3. Classificació d'espais .....	13
2.1.3.1. Segons funcions .....	13
2.1.3.2. Segons tipologia .....	15
2.2. L'espai en la planificació audiovisual .....	16
2.2.1. Fases i departaments en relació amb l'espai .....	18
2.2.1.1. Producció .....	18
2.2.1.2. Direcció d'art .....	19
3. Hipòtesis .....	21
4. Metodologia .....	22
5. Anàlisi de resultats .....	24
5.1. <i>Scouting</i> : recerca de localitzacions .....	24
5.2. Els agents actius en l' <i>scouting</i> .....	30

---

5.2.1. Departament de localitzacions .....	30
5.2.2. Les Film Commission i les Film Office .....	33
5.3. Els localitzadors en la indústria audiovisual actual .....	36
5.3.1. ALOCAT: Associació de Localitzadors de Catalunya .....	37
5.3.2. Projecte <i>Scouting in Catalonia</i> .....	38
5.3.3. Reconeixements i premis .....	39
5.3.3.1. Premis APCP .....	39
5.3.3.2. <i>Location Managers Guild Awards</i> .....	39
5.4. Anàlisi de la filmografia rodada a Catalunya l'any 2019 .....	40
6. Conclusions .....	46
7. Fonts consultades .....	50
7.1. Bibliografia .....	50
7.2. Webgrafia .....	50
7.3. Entrevistes .....	50
8. Annexos .....	54
8.1. Entrevista a Carlota Guerrero i Laia Boixader .....	54
8.2. Entrevista a Jaume Miró .....	57
8.3. Entrevista a Jaume Jordana .....	61
8.4. Entrevista a Montse Guiu .....	65
8.5. Entrevista a Moisès Torné .....	71
8.6. Filmografia Catalunya Film Commission 2019 .....	72

---

# 1. INTRODUCCIÓ

*“La imatge cinematogràfica es podrà buidar de totes les realitats excepte d’una:  
la de l’espai.” — Henry Gouhier, filòsof*

Cada història necessita el seu “on”. Tot espectador, seriòfil o cinèfil ha tingut algun cop a la vida la necessitat d’identificar on succeïen les històries que seguia a la gran pantalla. Quants turistes deuen haver pujat les escales del Museu d’Art de Filadèlfia imitant a Rocky Balboa? Quants cops al dia es deu escoltar allò de “*Wingardium leviosa!*” a l’estació londinenca de King’s Cross mentre els fans del jove Potter es fotografien creuant l’andana 9 i ¾? O com s’ha acabat posant en risc la fortalesa basca de San Juan de Gaztelugatxe després de convertir-se en el fantàstic Rocadragón?

En les respostes a totes aquestes preguntes hi trobem un punt en comú: tots aquests espais han sigut localitzacions cinematogràfiques.

El present treball no tracte sobre l’auge del turisme cinematogràfic, ni molt menys, sinó que aquest concepte és una de les principals causes de justificació d’aquest estudi. Sent conscients del grau d’interès que generen els escenaris cinematogràfics i de com estan influint en la promoció turística de moltes zones geogràfiques, s’ha trobat necessari aprofundir-hi des d’un punt de vista professional, des de dins de la indústria.

És per això que aquest projecte de recerca tracte de fer un **estudi del concepte de localitzacions cinematogràfiques**, des de la ideació fins a la seva gestió en els rodatges. Aquest treball és una **reivindicació del paper que els localitzadors juguen en una producció** i que en molts casos com els que s’acaben de mencionar, el seu resultat esdevé en un potencial focus turístic. Abans d’això, però, cal començar per l’origen.

Quina funció i quina rellevància adquireix l’espai en un relat? Quan es construeix l’univers d’una història, cal tenir clar l’espai en el què aquesta esdevindrà i aquest element pot ser clau pel seu desenvolupament. Pot influir en els personatges, en les seves decisions i en el camí que seguirà la història. Quan s’estudia la construcció d’un guió, en matèria de comunicació audiovisual o cinema, són varis els elements que defineixen l’elaboració d’un guió. Entre ells, l’espai. Així doncs, en termes de narrativa

---

audiovisual, és necessari determinar quina importància adquireix l'eix espacial i quins són els requisits que el determinen. Així com els tipus d'espais i funcions que poden adquirir.

Un cop escollit i construït l'univers narratiu, cal posar-li cara i ulls, per tant és essencial conèixer com es duu a terme el procés d'elecció de localitzacions en la producció audiovisual. Una labor que s'amaga a l'ombra de totes les produccions i que cal recalcar i donar la importància que mereix.

Conèixer el procés de *scouting* i els encarregats de dur-lo a terme és un dels objectius d'aquest projecte. Construir una idea visual de l'espai escollit per a una història pot semblar molt fàcil, però el moment de la veritat és quan aquest es fa realitat. Ha d'aconseguir ser un espai versemblant i a la vegada accessible per al desenvolupament de les produccions i els rodatges. Com es troben aquests espais? Què cal tenir en compte a l'hora d'escollir-los? Trobar les respostes a aquestes preguntes és una de les principals funcions del treball que llegireu a continuació. I per fer-ho és necessari donar presència a la figura dels *scouts*.

La recerca de localitzacions consta de múltiples tasques, per tant és necessari que aquestes es deleguin al conjunt del departament de localitzacions. Adaptant-se a la indústria internacional, en el context nacional s'han adoptat els conceptes *location manager* i *location scout* per designar les diferents tasques en aquest procés. El present treball tracte d'aprofundir sobre aquests càrrecs i conèixer de primera mà quines dinàmiques duen a terme els professionals del sector i la rellevància que tenen en les produccions.

Una de les peces clau per al correcte desenvolupament de la tasca de localització són les *film commissions*, oficines derivades de l'administració encarregades de la promoció de les localitzacions i gestores del correcte desenvolupament dels rodatges. És per aquest motiu que s'ha volgut estudiar a fons la irrupció de les comissions fílmiques en la indústria audiovisual i el fort potencial per fomentar la riquesa paisatgística d'un territori.

Per entendre com funciona el sector també cal comprendre quin és el context en el què es troba dins de la indústria audiovisual: s'està vivint una evolució tant de la manera de localitzar com de la tendència dels localitzadors respecte fa uns anys; certs

---

formats audiovisuals com els generats per les plataformes de *streaming* són els que sustenten la indústria i de rebot també el sector de localitzacions; les qüestions entorn dels acords laborals amb els quals treballa un tècnic de localitzacions; i per afegit, la necessitat d'especialització per tal d'aconseguir distingir-se en el gremi.

Posant el punt de mira en el context local, és necessari parlar de projectes pioners com *Scouting in Catalonia*, un recurs que ha suposat un apropament del sector amb l'espectador i a la vegada una eina de promoció del territori clau per a la internacionalització del potencial cinematogràfic català. Així com la xarxa professional que s'ha generat gràcies a l'associació de localitzadors catalans, l'ALOCAT.

Per afegit, s'inclou en aquest estudi del context actual, una exposició dels reconeixements honorífics dels localitzadors en la indústria, tant nacional com internacional, que tot i ser pocs i desconeguts són necessaris per posar en valor la seva labor i posar cara als professionals que se n'encarreguen.

Per tancar amb el nucli central i essencial del treball, s'inclou un breu estudi quantitatiu per aportar una mostra representativa del que esdevé Catalunya com a escenari fílmic. És així com s'exposa, doncs, la tendència que segueix actualment la indústria i com s'ha vist reflectida en els rodatges aquí.

### **1.1. Objectius**

El present treball neix amb el principal objectiu de comprendre quina és la tasca que desenvolupa un localitzador o localitzadora, ja que mai abans cap espai acadèmic al voltant de la comunicació audiovisual dels que he estudiat ha tractat a fons aquest aspecte ni ha posat èmfasi en el procés que es duu a terme i les claus per aconseguir els millors resultats possibles.

Fent una anàlisi prèvia de la teoria acadèmica entorn a la planificació audiovisual, es va observar que no existeixen estudis sobre localitzacions cinematogràfiques ni anàlisis de la tasca de localitzar. Tenint en compte el gran volum de rodatges que acull el territori català i també l'espanyol i considerant així les dades de l'activitat fílmica a escala nacional que incrementen cada any, s'ha considerat necessari tractar aquesta temàtica amb el focus posat en els professionals locals i la situació en la què es troben.



---

Així doncs, aquest són els principals objectius del treball que s'exposa a continuació:

- Generar una base teòrica entorn del concepte de l'espai, les seves funcionalitats i com aquest es transforma més tard en la localització real. És necessari establir una base per després aconseguir o facilitar la troballa de la localització adequada. No hi ha constància d'estudis que tractin a fons el procés de la preproducció que ocorre entre la interpretació del guió i la recerca d'escenaris.
- A l'estar a cavall entre el departament d'art i el de producció, el professional de les localitzacions mai es forma acadèmicament en aquest aspecte, sinó que parteix d'un d'aquests dos sectors i acaba especialitzant-se i formant-se en l'*scouting* basant-se en la seva experiència. La intenció d'aquest projecte és doncs, conformar un manual o eina d'estudi entorn del procés de localització per posar a l'abast de l'estudiant d'audiovisuals o dels professionals de la indústria una manera d'especialitzar-se en aquest sentit.
- És primordial donar rellevància a la tasca desconeguda dels localitzadors. Una localització cinematogràfica genera interès en l'espectador per si sola, però mai es dona a conèixer la tasca de qui l'ha escollit i l'ha treballat perquè resulti en el producte final. El present treball vol posar en valor el perfil del localitzador i posar noms i cognoms als professionals que treballen en el sector en l'àmbit nacional per valorar així la seva tasca. Fer una distinció entre els diferents agents i càrrecs que en deriven de l'equip i comprendre l'espai que ocupa cadascun. Es tractarà d'observar si dins de la indústria tenen un reconeixement professional o si en canvi, segueix sent una labor a l'ombra de la producció cinematogràfica.
- Tenint en compte els avenços tecnològics amb els quals es treballa en l'actualitat, es planteja un cert temor que la professió pugui desaparèixer. Eines com Google Maps són un recurs d'ajuda a l'hora de localitzar, però a la vegada poden ser també una amenaça per a la professió. Són aquestes una via d'ajuda per a la tasca dels localitzadors o, al contrari, poden fer perillar la professió? Comprendre la situació i tractar de donar resposta a aquesta qüestió és un dels altres objectius d'aquest projecte. En aquesta direcció, es

---

vol analitzar també la producció virtual i com aquesta pot configurar el futur del *scouting* en la manera de produir.

- Per últim, no es pot oblidar el fort potencial de Catalunya com a plató cinematogràfic, per la qual cosa s'estudiarà no només la filmografia sinó també les organitzacions que faciliten i posen a l'abast de les produccions el gran ventall d'escenaris catalans. La intenció del projecte és per tant, analitzar les qualitats geogràfiques del territori i destacar la tasca de promoció de les comissions fílmiques en la indústria internacional.

### 1.2. L'objecte d'estudi

Sóc dos els principals objectes d'estudi d'aquesta recerca, que tot i estar molt lligats, és important aprofundir en cadascun i distingir-los de manera clara per entendre l'objectiu del treball.

D'una banda, s'estableix com objecte d'estudi el propi procés de localitzar, l'anomenat ***scouting***. En primer moment, es fa una anàlisi de l'eix espacial en la narrativa audiovisual per tal de tenir un punt de partida i entendre llavors en què es guia el procés de localitzar. A partir d'aquí estudia de quina manera es desenvolupen les recerques de localitzacions, qui ho fa i en quin moment de la producció.

D'altra banda, durant el desenvolupament i transcurs del treball s'ha considerat adequat aprofundir i donar rellevància als mateixos localitzadors, a com es troba actualment el sector i cap a on s'encamina. Per això el segon objecte d'estudi és el **sector de localitzadors**. Analitzar d'on parteix la seva figura i observar com ha evolucionat amb els anys paral·lelament a l'evolució de l'entorn audiovisual per entendre quin futur es preveu pels professionals i les pertinents comissions fílmiques.

---

## 2. M A R C T E Ò R I C

### 2.1. L'espai en la narrativa audiovisual

Per tal d'analitzar com es localitza i entendre l'elecció dels diferents espais on rodar cadascuna de les obres audiovisuals, és pertinent contextualitzar de manera teòrica l'arrel del concepte d'espai en la narrativa audiovisual.

L'espai és un element present des del primer moment d'ideació d'un relat. No es pot comprendre una idea o una premissa sense situar-la en un o varis espai-temps concrets. Per tant, és necessari que s'exposi prèviament com es construeix aquesta idea d'espai, per entendre com es localitza. La localització serà el resultat del procés de recerca d'espais per tal d'apropar-se i aconseguir l'escenari que en l'escriptura del guió s'ha ideat.

#### 2.1.1. Construcció de l'univers en la narrativa audiovisual

Tota història necessita posicionar i contextualitzar a l'espectador dins una situació espai-temps. Una història necessita de tots els factors: el quan, el qui, el com, el perquè i l'on. Cal que tots ells es defineixin amb claredat per tal de situar-nos en el relat i que tots aquests elements encaixin de manera que tot el que esdevingui en aquest univers i tot el que en formi part sigui versemblant. Aquesta és una de les primeres fases del procés de creació en la narració: la creació de l'**univers diegètic**.<sup>1</sup>

En termes de narrativa audiovisual i des del punt de vista de l'autor, es tracta la diegesi com la representació de tot allò material sigui real o imaginat amb el que es construirà l'univers que acull el desenvolupament de la història, el món on els personatges prendran vida. Per tant, aquest ha de basar-se en la **versemblança**. Personatge, fets i univers han de tenir una coherència que en el marc del relat faciliti a l'espectador situar-se en el to i l'emplaçament.

És per això que des del punt de vista de l'espectador, en canvi, la diegesi representa tot l'univers que aquest pot imaginar sobre la història – terme que s'entén com a significat – a partir de tot allò que es representa i es mostra en el relat – concepte de significant. Per tant, l'univers diegètic inclourà, a banda de l'univers material

---

<sup>1</sup> Custodio, A. (2017). Narrativa Audiovisual. Introducció a la Narrativa Audiovisual. [Material de l'aula]. Comunicació Audiovisual, Universitat Autònoma de Barcelona, Cerdanyola del Vallès, Espanya.

---

estrictament representat en la imatge, tot allò que per afegit pugui suggerir a l'espectador.<sup>2</sup>

El que la imatge suggereix a l'espectador estarà influenciant no únicament pels elements que es mostren, sinó també per la figura del narrador durant el procés narratiu. En aquesta percepció de la història que adquireix l'espectador, intervindrà també la referència que el narrador faci als eixos de la narració com són el temps i l'espai així com a les circumstàncies que els afectin. Cal tenir en compte doncs, la relació del narrador amb els diferents elements del relat així com amb el receptor, per tal d'entendre la influència de tot allò que aquest suggerirà.<sup>3</sup>

En el cinema, la imatge n'és el principal pilar per mostrar la realitat narrativa, és per això que tal com afirmava el filòsof Henry Gouhier (citat per Bazin, 2017), **“la imatge cinematogràfica es pot buidar de totes les realitats excepte de la de l'espai”**.<sup>4</sup> L'experiència de l'espectador en l'espai fílmic és el que acabarà constituint la seva concepció de l'univers, donarà sentit a l'acció que s'esdevingui o en serà un element determinant.

### 2.1.2. L'espai com a eix narratiu

És essencial tenir en compte l'espai com un dels principals eixos narratius en el llenguatge cinematogràfic. La imatge necessita un espai per contextualitzar una acció i la successió de diferents espais és la que acabarà configurant la temporalitat. No podem concebre una sèrie qualsevol de successos sense emmarcar-los en un **espai-temps**. Per tant, durant tot el desenvolupament de l'acció narrativa, l'escenari en el què succeeixi formarà part del sentit final del relat.<sup>5</sup>

Entenent aquest com un dels principals elements narratius, l'espai té l'objectiu d'informar a l'espectador, ja sigui per situar-lo en el moment vital dels personatges, donant a entendre de quina manera aquests s'hi troben integrats, o per determinar els diferents contextos o ambients necessaris per entendre i estructurar el relat. El marc espacial es considera doncs un element narratiu poli-informacional.

---

<sup>2</sup> Canet, F. i Prósper, J. (2009) *Narrativa audiovisual. Estrategias y recursos*. Madrid: Síntesis

<sup>3</sup> Sanchez, J. i Lapaz, L. (2018) *El relat i la narració*. Narrativa audiovisual. UOC. Recuperat de [http://cv.uoc.edu/annotation/3ba2dd270dec7ae9fbdca260b1ce78a5/728822/PID\\_00249089/PID\\_00249089.html](http://cv.uoc.edu/annotation/3ba2dd270dec7ae9fbdca260b1ce78a5/728822/PID_00249089/PID_00249089.html)

<sup>4</sup> Bazin, A. (2017) *¿Qué es el cine?* (12<sup>a</sup> ed.) Madrid: Rialp

<sup>5</sup> Canet, F. i Prósper, J. (2009) *Narrativa audiovisual. Estrategias y recursos*. Madrid: Síntesis

---

Cal tenir en compte que l'espai anirà sempre lligat al temps. Es considera que el cinema està dotat d'una certa "pluripuntualitat", ja que s'entén com un llenguatge d'ordre simultàniament espacial i temporal. No obstant, el caràcter visual del cinema, acabarà dotant de certa primícia a l'espai per sobre de la temporalitat, ja que aquest últim eix temporal necessitarà sempre identificar-se o recolzar-se en l'espai.<sup>6</sup>

D'una banda, es considera l'espai com la integració dels components físics que serveix de localització per a l'acció i que limiten el moviment dels personatges. Però el concepte d'espai pot ser entès també de manera figurada com la representació de les esferes socials dels seus integrants, és a dir, l'**ambient**.<sup>7</sup> L'entesa de cert espai en un temps concret i situació vital del personatge ajudarà a l'espectador a interpretar l'entorn que l'envolta i configurarà també el to i dotarà de sentit el motiu pel què s'hi troba allà. Tal com constata el crític de cinema nord-americà Seymour Chatman, (citat per Canet i Pròsper, 2009) "La dimensió dels successos de la història és el temps. L'existència de la història és l'espai."

Tot espai es veu sotmès a una **focalització**. En el cinema cal fer una distinció entre l'espai dramàtic i la noció de l'espai en la pantalla. A diferència de l'escenari narratiu, el de la pantalla és un espai centrífug, és a dir, atrau l'espectador per focalitzar-se en un cert element.<sup>8</sup> Aquesta focalització es considera també un punt d'observació que pot ser exclusivament el de l'espectador o, de manera simultània, el punt de vista també d'un personatge. Cal tenir en compte, però, que durant el desenvolupament de l'acció narrativa s'estableix una relació entre qui veu allò que s'està mostrant (figura del focalitzador) i qui ho relata (narrador), dues figures que no sempre coincidiran. La representació de l'espai, per tant, estarà influenciada per la relació entre ambdues.

Per tal de crear una unitat espacial, el cinema ens dona constantment una multitud d'informacions topogràfiques. Siguin de manera detallada o a gran escala, aquesta divisió d'elements estableixen entre ells una relació espacial que ajuda a l'espectador entendre i reconèixer la seva situació. Per aconseguir-ho, és necessari també construir una identitat espacial. Per fer-ho cal tenir en compte el *raccord* i com es juga

---

<sup>6</sup> Gaudreault, A. i Jost, F. (1995) *El relato cinematográfico*. Barcelona: Paidós Ibérica

<sup>7</sup> Sanchez, J. i Lapaz, L. (2018) *El relat i la narració*. Narrativa audiovisual. UOC.

<sup>8</sup> Bazin, A. (2017) *¿Qué es el cine?* (12ª ed.) Madrid: Rialp

---

fotogràficament amb els diferents plans i el seu muntatge per garantir que aquesta continuïtat es mantingui.

L'espai no només es troba representat pels elements que apareixen en l'enquadrament de la imatge, sinó que també està conformat pels elements que el desenvolupament narratiu **suggereix**. Cal diferenciar doncs entre l'espai mostrat i l'espai absent. Aquest primer és denominat pels teòrics André Graudeault i François Jost (1995) com l'espai *profílmic*, “tot allò que accedeixi al camp visual es converteix en un element *profílmic*”.<sup>9</sup> No obstant, el relat fílmic implica necessàriament aquests dos espais ja mencionats que influiran en la comprensió i el consum del producte final. Aquest segon espai suggerit es troba en el **fora de camp** i tot i no ser visible en l'enquadrament de la imatge, forma part de manera versemblant de l'univers de la història i és rellevant per configurar-la.

L'espai narratiu audiovisual serà el resultat de la combinació de tres elements: el pla, el muntatge i el so. El primer dels tres engloba l'espai creat a través dels elements que componen cadascun dels plans, així com tot aquell espai absent. La unió del conjunt de plans enllaçats amb una continuïtat concreta i respectant el *raccord* és el denominat muntatge. I per últim, un element essencial necessari per entendre l'espai narratiu serà l'ambientació sonora d'aquest. Un element que pot ser determinant i que configura en gran part la funció d'aquest eix narratiu.

Les **informacions sonores** són indicis de la construcció de l'espai, el que és visible o, sobretot, el que es troba fora de camp. Per tal de facilitar la identificació de l'espai que es troba absent en el relat, un dels principals recursos que s'utilitzarà serà l'ambientació sonora, gràcies al seu important poder suggerent. Amb la combinació d'uns sons reconeixibles o coneguts, l'espectador podrà identificar quin és aquest espai absent que de manera versemblant confirmarà la seva pertinença en el món diegètic que se li ha presentat.

---

<sup>9</sup> Gaudreault, A. i Jost, F. (1995) *El relato cinematográfico*. Barcelona: Paidós Ibérica

---

### 2.1.2.1. Característiques de l'espai

Per tal d'analitzar i també construir un espai narratiu, és adequat tenir en compte les característiques que el componen. Sigui per diferenciar-los clarament o per dotar a cadascun d'ells d'una funcionalitat concreta en relació amb les seves característiques. Aquestes seran rellevants també a l'hora de fer la selecció d'escenaris en el procés de recerca de localitzacions.

Segons Jesús García Jiménez (1993), aquestes són les característiques del relat audiovisual:<sup>10</sup>

- **Naturalesa:** És aquella propietat de l'espai real que no podem modificar, que ve donada per defecte segons la seva ubicació i origen.
  - a. Interior / exterior
  - b. Natural / artificial
  - c. Urbà / rural
- **Magnitud:** L'escala i dimensió d'aquest espai.
- **Qualificació:** La situació en la qual es troba.
  - a. Ple / buit
  - b. Obert / tancat
- **Identificació:** Les referències que en tenim d'aquell escenari, siguin històriques, geogràfiques, etc.
- **Definició:** La il·lusió d'aquell espai recreat.
- **Finalitat:** La que té com a espai real, en contrast amb la que adquirirà com a escenari narratiu del relat.
- **De relació:**
  - a. Amb altres espais
  - b. Amb els personatges
  - c. Amb l'acció
  - d. Amb el temps

---

<sup>10</sup> García Jiménez, J. (1993). *Narrativa Audiovisual*. Madrid: Cátedra

### 2.1.3. Classificació d'espais

Tot espai es diferencia dels altres per diferents motius. D'una banda, la funcionalitat de la què es dotarà i d'altra, la tipologia de cadascun d'aquests i determinat pels elements que l'identifiquen.

#### 2.1.3.1. Segons funcions

La narració i el mode en què aquesta es dugui a terme vindrà determinada per la funció que adquireixi aquell espai, ja que aquest està dotat d'un fort poder narratiu.

El grau de protagonisme de l'espai determinarà si aquest és influent en la trama i configurarà el seu recorregut o si funcionarà merament com un "espai marc" per donar suport a l'acció. La presentació d'aquests espais pot influenciar també en l'estructura dramàtica de l'obra i a la vegada crear vincles emocionals amb l'espectador per tal de comprendre i interpretar el transcurs de la història.

És per això que és necessari determinar i classificar-los segons la seva funcionalitat, tal com ho fan Fernando Canet i Josep Prósper (Síntesis, 2009) en l'obra *Narrativa Audiovisual. Estrategias y recursos*.<sup>11</sup> No obstant, cal tenir en compte que els escenaris poden desenvolupar varies funcions durant una història. Aquestes, doncs, no són excloents entre si, ja que poden conviure paral·lelament.

	Exemples
Referencial	
No té significat narratiu, ajuda al fet que la història sigui versemblant i realista. Contextualitza la narració i funciona com a mer decorat.	<b><i>Dogville</i></b> (film; 2003)  On tot un poble es representa en un gran espai sense parets, delimitat únicament per línies a terra. Tota acció, doncs, és visible per l'espectador sigui quina

<sup>11</sup> Canet, F. i Prósper, J. (2009) *Narrativa audiovisual. Estrategias y recursos*. Madrid: Síntesis



	sigui la ubicació on es dugui a terme.
<b>Descriptiva</b>	
L'espai és un element més per caracteritzar als personatges que l'ocupen. Brinda informació i indicis sobre els components que formen part del relat. Funciona com a recurs per a presentar un context i uns personatges i a la vegada, també, per contraposar-los.	<p><b>Arriba y abajo</b> (sèrie; 1971)</p> <p>Els escenaris caracteritzen i diferencien els dos grups de persones i la classe social que ocupen cadascun.</p>
<b>Dramàtica</b>	
L'escenari adquireix un paper actiu en el relat. A banda de contextualitzar la narració, es relaciona i interactua amb els personatges durant l'acció narrativa i evoluciona a mesura que aquesta avança. L'espai es converteix en un element decisiu en el desenvolupament de la història.	<p><b>Lost</b> (sèrie; 2004)</p> <p>L'illa deserta adquireix tant protagonisme que es converteix en un personatge en si mateix. És determinant en les decisions i accions dels personatges i el transcurs de la sèrie.</p>
<b>Estructural</b>	
És determinant a l'hora d'organitzar el relat, ja que l'acció està subordinada a l'espai i a les seves característiques. L'espai podrà configurar la continuïtat de la història. Normalment aquests escenaris limiten als personatges i dificulten els seus objectius o al contrari, els alliberen i protegeixen. L'estratègia estructural del relat es recolza, en molts dels casos, en aquesta contraposició entre espais.	<p><b>REC</b> (film; 2007)</p> <p>Els personatges de la història queden atrapats en un edifici per una infecció. L'espai els "empresona" i l'acció narrativa evoluciona a mesura que avancen en els diferents pisos del bloc.</p>

Atmosfèrica	
Amb aquesta funció el concepte de l'ambient adquireix més rellevància. L'espai provoca certes sensacions als personatges degut a l'atmosfera que desprèn. Un efecte que ha de transmetre també a l'espectador.	<b><i>El Resplandor</i></b> (film; 1980) L'hotel del film desprèn per si sol una sensació de temor i incertesa pel que amaga dins.
Expressiva	
L'escenari és una via més per representar els estats d'ànim dels personatges i la seva evolució. Es parla de "paisatges interiors" que es manifesten en l'espai el qual podrà ser modificat segons les accions internes dels subjectes.	<b><i>Olvídate de mi</i></b> (film; 2004) El protagonista entra a la casa de platja i aquesta s'ensorra i es desfà a mesura que els seus records es van esvaint.

Taula 1. Classificació d'espais segons funcions. Font: Canet, F. i Prósper, J. (2009) *Narrativa audiovisual. Estrategias y recursos*. Madrid: Síntesis.

### 2.1.3.2. Segons tipologia

Una altra de les classificacions que es fa dels espais és per tipologia. És necessari tenir en compte aquesta distribució tant en l'anàlisi com en l'elecció d'aquests escenaris per concretar les seves propietats i determinar com influiran en la contextualització del relat.

En l'assaig de Jesús García Jiménez (Cátedra, 1993), *Narrativa Audiovisual*, l'autor fa la següent classificació:<sup>12</sup>

- **Realistes:** Una representació mimètica d'un espai concret i fàcil de reconèixer i identificar objectivament.
- **Qualificants:** Que transformen la narrativa visual que s'està desenvolupant.
- **Reguladors:** Ajuden a organitzar i estructurar el text narratiu, per tal de facilitar el reconeixement del context els personatges per part de l'espectador.
- **Homogenis:** Intercanviables i susceptibles a transformar-se.

<sup>12</sup> García Jiménez, J. (1993). *Narrativa Audiovisual*. Madrid: Cátedra

- 
- **Referencials:** Amb alguna identificació geogràfica o històrica clara que s'introdueix en la diegesi.
  - **Culturals:** Que facin referència a llegendes o mites populars.
  - **Imaginaris:** Escenaris irrealis i no existents en el context cultural de l'espectador ni en la diegesi del relat.
  - **Definidors dels cercles de relació:** A nivell relacional entre l'espai i els personatges.
    - a. Íntims o personals
    - b. Socials o públics
  - **Intel·lectuals, morals, polítics i ideològics**
  - **Màgics:** De caràcter fantàstic, relatius a cultures i religions o en referència a la diegesi.

## 2.2. L'espai en la planificació audiovisual

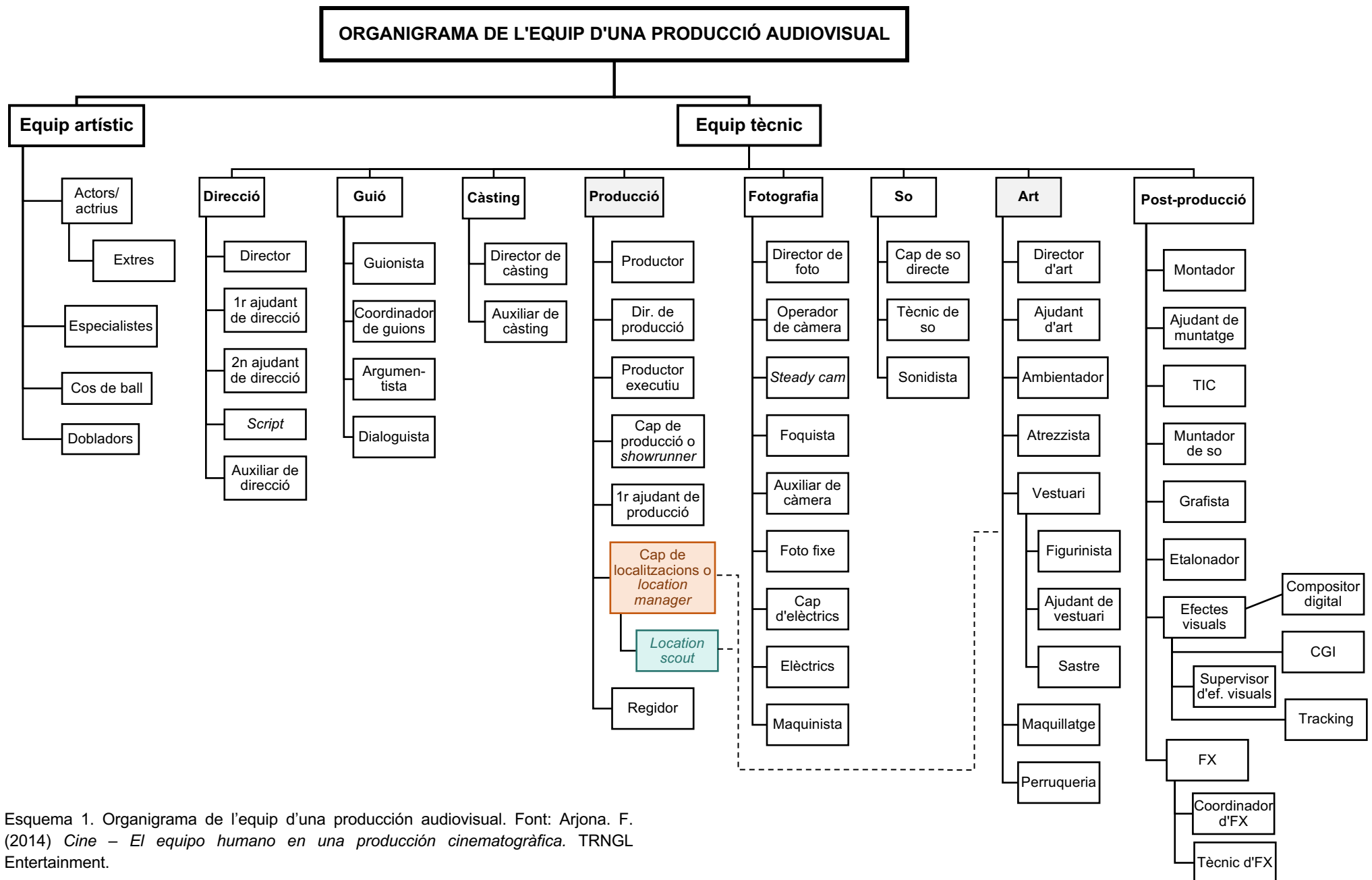
Un cop llesta la construcció narrativa d'una obra, és a dir, un cop acabat el guió literari, es fa el pas al guió tècnic, moment que suposa una adaptació creativa d'allò que s'ha ideat en la narració, convertint-se en el concepte visual que es vol aconseguir.<sup>13</sup>

És per això que un cop analitzat el concepte d'espai narratiu, cal tractar la fase de planificació audiovisual o preproducció de l'obra. És en aquesta etapa on es durà a terme el procés de recerca de localitzacions, una tasca on intervenen diferents departaments que coordinats entre si tracten de trobar espais que s'adeqüin el màxim a aquells concebuts en la diegesi.

Per contextualitzar-ho s'ha configurat una estructura genèrica de l'equip humà que forma una producció audiovisual i els departaments que se'n deriven.

---

<sup>13</sup> Sánchez Andrada, J. (2009) El espacio: un problema pendiente en la teoría narrativa del discurso audiovisual. *Revista Icono 14* (12), 281 – 291. Recuperat de <https://icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/download/346/223/>



Esquema 1. Organigrama de l'equip d'una producció audiovisual. Font: Arjona. F. (2014) *Cine – El equipo humano en una producción cinematográfica*. TRNGL Entertainment.

---

### 2.2.1. Fases i departaments en relació amb l'espai

El disseny d'espai d'una obra té l'origen en l'enllaç entre dues fonts. D'una banda l'esforç en la construcció creativa del departament d'art i d'altre, les recerques i documentació per part del departament de localitzacions amb l'objectiu de concloure amb uns espais que seran coordinats i administrats pel departament de producció.<sup>14</sup>

És per això que per analitzar la vessant pràctica de la recerca de localitzacions, cal determinar la tasca dels departaments de producció i de direcció d'art amb els que els localitzadors treballen paral·lelament durant tota la producció, tal com es mostra en l'organigrama.<sup>15</sup>

#### 2.2.1.1. Producció

Es podria dir que el departament de producció és l'espina dorsal en la què es recolza el projecte. La logística i la contractació dels recursos humans, materials i tècnics necessaris per al rodatge així com la seva administració, va a càrrec del departament de producció, qui s'encarrega de coordinar i organitzar el bon desenvolupament del projecte. Són agents actius des de l'inici de creació del projecte fins a la culminació amb la distribució d'aquest.

Un dels seus principals objectius és facilitar la filmació i per tant, garantir que tots els departaments puguin dur a terme la seva tasca amb les condicions necessàries. Perquè això passi, tenen la responsabilitat d'administrar correctament els recursos i optimitzar-los, entre els quals s'inclouen les localitzacions.

A la fase de **desglossament del guió** és on hi ha el primer contacte entre la construcció de la narrativa i els elements tangibles en els quals es convertiran. És la primera intervenció del procés de producció en el guió. Per tant, és el primer moment on el departament de producció té contacte amb les localitzacions.

Una de les informacions principals que ens dona un full de desglossament és la localització o l'escenari imaginari on els personatges se situen, el qual s'haurà de trobar o crear en un espai real.

---

<sup>14</sup> Rizo, M. (2007) *Manual de dirección artística cinematográfica*. Barcelona: Ediciones Omega.

<sup>15</sup> Esquema 1. Organigrama de l'equip d'una producció audiovisual.

---

Aquests espais poden ser directament escollits en un primer moment pel guionista o director, o en canvi, que aquesta feina vagi a càrrec del departament de localitzacions.

L'elecció de les localitzacions determinarà i influirà en la construcció i organització de molts dels documents i fases de producció com és el **pla de treball**.<sup>16</sup> Cal tenir en compte tant el permís cedit en aquell espai segons el temps que es permeti gravar allà, com l'agrupació d'aquests espais per tal d'optimitzar elements com la il·luminació, planejant correctament les hores de llum natural. Ara bé, aquesta selecció i organització dels espais ha de facilitar també la logística de trasllats. Quan un rodatge acaba, es duu a terme la *company move* que engloba el temps en què s'allarga el trasllat de l'equip de rodatge d'una localització a una altra i el temps necessari per preparar el següent espai.

El pla de treball passa per diverses fases i es modifica segons els canvis que hi ha dels elements necessaris per al rodatge. Un dels elements que més influiran en aquestes modificacions són les localitzacions. Les seqüències s'agruparan segons la quantitat que es puguin rodar en un mateix dia i s'organitzaran de manera que s'hagin de fer el menor nombre de trasllats possibles. Caldrà procurar també, per exemple, que les localitzacions estiguin a prop entre si per estalviar pressupost.

Una de les coses primordials en la producció és assegurar sempre un marge de maniobra tant en espai com en temps del rodatge per tal de tenir una alternativa quan la situació no s'esdevingui tal com s'ha planificat. És per això que cal comptar també amb els anomenats “escenaris de cobertura”<sup>17</sup>, interiors on rodar quan les condicions meteorològiques siguin desfavorables i no permetin fer-ho en exterior.

#### **2.2.1.2. Direcció d'art**

La posada en escena és una de les bases del film, és per això que el departament d'art actua com a eix central de la creació visual del relat i proporciona una guia estratègica per a la construcció de la imatge final als membres de la resta de departaments.<sup>18</sup> Les decisions del departament d'art són fonamentals per la creació

---

<sup>16</sup> Orozco, M. i Taibo, C. (2014) *Manual básico de producción cinematográfica* (2ª ed.) México DF: CUEC

<sup>17</sup> Lumet, S. (2000) *Así se hacen las películas* (2ª ed.) Madrid: Rialp

<sup>18</sup> Rizzo, M. (2007) *Manual de dirección artística cinematográfica*. Barcelona: Ediciones Omega

---

d'un *look* concret que serà el que identificarà el film. Els escenaris, el disseny de vestuari o l'*atrezzo* es convertiran en elements essencials per aconseguir-ho.

En moltes produccions, s'intenta aconseguir que el resultat final sigui el que Sidney Lumet (2000) anomena un "film de localitzacions". El disseny d'art es recolza principalment en els escenaris on esdevé l'acció narrativa i el pes de la posada en escena recau en els espais. No obstant, aquestes decisions són determinants pel resultat del pressupost final i en molts dels casos cal que aquests escenaris siguin recreats.

L'espai, però, no influirà només en la posada en escena o el disseny artístic, sinó que determinarà també la idea del departament de fotografia a l'hora d'aconseguir o garantir que elements com la **il·luminació** donin el resultat més pròxim a la idea original. Les localitzacions són determinants a l'hora de definir l'ús de la llum que es vol fer en l'escena, per tant serà una de les qüestions principals a tenir en compte a l'hora d'escollir-les. Serà preferible decantar-se per una localització que no necessiti fer una gran alteració de la llum.

Alguns dels espais escollits per a la producció no són existents al complet, per tant, cal comptar dins l'equip d'art amb el paper del paisatgista, el *set designer* o l'ambientador. Aquesta recreació, en moltes situacions, és més factible en termes de producció.

Dins del departament, el dissenyador de producció o el director artístic defineixen la base del concepte visual del film. Un cop assolit aquest primer pas, l'**ambientador** és qui atorgarà a la posada en escena un context visual, un *look* i unes textures i tonalitats concretes amb les què també es definiran els personatges. Així com l'ambientador és qui defineix la identitat dels espais interiors, qui ho fa amb els exteriors és el **paisatgista**, considerat l'extensió del departament d'ambientació.<sup>19</sup>

És així, doncs, com es conforma el departament d'art. Departament que desenvolupa una labor imprescindible i complementaria a la del departament de localitzacions per tal que el treball conjunt vagi en una mateixa direcció.

---

<sup>19</sup> Rizzo, M. (2007) *Manual de dirección artística cinematográfica*. (pàg. 29) Barcelona: Ediciones Omega

---

### 3. HIPÒTESIS

Arran de la investigació prèvia i seguint els objectius proposats, es pretén interpretar: quin és el procés de recerca de localitzacions i què i a qui implica; quina és la posició dels localitzadors en l'ecosistema audiovisual i quina rellevància se'ls hi dona en l'entorn professional; quin futur li espera al gremi i com conviurà amb les innovacions tecnològiques; i si se'n pot extreure una base teòrica per a la formació dels professionals del *scouting*.

Així que per donar-hi resposta, aquest estudi parteix de les següents hipòtesis:

- a. El treball del departament de localitzacions a cavall entre la producció i la direcció d'art esdevé clau per a la correcta execució del rodatge i perquè el resultat final s'assimili al màxim a la idea plasmada en el guió.
- b. La tasca de localitzar es troba amb diferents fronts que suposen un risc pel futur del sector. D'una banda, perilla a causa de l'exposició dels espais a la xarxa i la facilitat d'arribar a ells sense prèvia experiència. I d'altre, la irrupció d'agències privades de localitzacions suposa una intromissió laboral en tota regla.
- c. Els tècnics de localitzacions no reben el mateix reconeixement que altres càrrecs en la indústria, per la qual cosa és un gremi en certa manera oblidat i això comporta que no existeixi una base acadèmica en aquest camp perquè els professionals s'especialitzin.
- d. Les *film commissions* estan al servei de les productores, faciliten la feina dels localitzadors i funcionen com un instrument de visibilitat de la producció local. Actuen a més a més com a agent promotor del territori i dels equips humans autòctons.
- e. Catalunya té una gran riquesa paisatgística i una gran pluralitat geogràfica, propietats que són el principal atractiu de les produccions internacionals. Els costos de les produccions i les múltiples opcions concentrades en un reduït espai, són elements clau per entendre el seu reclam.



---

## 4. METODOLOGIA

El present projecte de recerca es basa en un **estudi qualitatiu** de caràcter inductiu, ja que s'ha realitzat un estudi amb la intenció de comprendre la situació en què es troba el sector dels localitzadors en l'entorn audiovisual, així com tractar de manera acadèmica el concepte de *scouting*. S'ha fet un treball d'observació, anàlisi de contingut i contrast segons el que figura en els manuals i estudis de cinematografia i producció audiovisual en comparació amb la labor real que duen a terme localitzadors professionals.

L'estudi desenvolupat és un mostreig intencional de la teoria cinematogràfica per entendre i comprendre el context del què parteix el treball. És per això que la base fonamental és el marc teòric, on s'exposa el recull de dades necessàries per poder-ne fer posteriorment una anàlisi i concloure amb la resposta a les hipòtesis plantejades en l'inici del projecte.

Les eines i recursos utilitzats per a fer l'estudi es presenten en dues seccions. D'una banda, les fonts documentals amb les que sostenir la part teòrica. Aquestes s'han basat en estudis i assajos sobre la narrativa audiovisual, així com temari acadèmic sobre el mateix aspecte. S'han valorat autors de diferents vessants i èpoques per tal de complementar el contingut tractat i contraposar posicions. També s'han consultat manuals de cinematografia, planificació audiovisual i direcció artística per tal de comptar amb referències teòriques que són un suport a l'hora de professionalitzar-se en aquests camps. Per conèixer de primera mà la realitat dins la indústria audiovisual, s'ha recorregut a varies memòries de directors i professionals del sector que han aportat veracitat al contingut recollit. I per últim, s'han tractat articles periodístics i acadèmics per tenir en compte el qüestionament de certs teòrics entorn a les instàncies estudiades.

En les qüestions pràctiques de la recerca s'han dut a terme dues dinàmiques: les entrevistes a professionals i l'anàlisi de dades. En primer lloc, tenint en compte la temàtica tractada i el caire qualitatiu de l'estudi, s'ha valorat que el més apropiat era analitzar certs subjectes amb profunditat. És per això que s'ha entrevistat a tres professionals del sector, *location scouts* i *location manager*, i a les responsables de les dues principals *film commissions* de Catalunya. La informació recollida ha servit

---

tant per complementar la base teòrica com per comprovar si el que consta en els manuals teòrics coincideix amb les dinàmiques que es duen a terme per part dels professionals.

En el sentit pràctic del treball, per últim lloc s'ha realitzat una interpretació i anàlisi de dades de la filmografia rodada a Catalunya l'any 2019, per tal d'exposar una petita mostra del potencial cinematogràfic dels escenaris del territori català. Amb l'anàlisi de dades s'han volgut observar i valorar diferents variables entorn a aquestes produccions, per tal d'entendre o fer una deducció dels motius pels què es roda aquí, quines productores ho fan i amb quina finalitat. Aquest tractament ha sigut una anàlisi quantitativa complementaria a l'estudi qualitatiu en el qual es basa el treball.

El procediment que s'han seguit per desenvolupar el treball ha sigut progressiu i adaptat a les necessitats que anaven sorgint. En un primer moment es va decidir la temàtica concretant també l'objecte d'estudi i valorant els objectius de la recerca, els quals s'han anat adaptant amb el transcurs de l'estudi. Per començar a confeccionar un marc teòric es van recollir les fonts documentals necessàries desglossant la informació útil d'aquestes per a sintetitzar el contingut. Un cop estructurat el plantejament del treball es va treballar en el contingut teòric configurat amb el conjunt de recursos consultats. Per tal de contrastar-los, més endavant es va procedir a escollir als entrevistats i contactar amb ells per concertar les entrevistes que es va realitzar de manera telefònica. La informació aportada pels professionals ha sigut clau per a complementar l'estudi i fer una anàlisi específica dels diferents casos, així com la interpretació de dades. Per últim, s'han extret unes conclusions sobre la temàtica tractada i s'han establert respostes a les hipòtesis plantejades inicialment.

---

## 5. ANÀLISI DE RESULTATS

Havent contextualitzat l'objecte d'estudi, s'exposa en aquest apartat el resultat de l'estudi del propi procés de recerca de localitzacions. De caràcter qualitatiu, es presenta una anàlisi de continguts de les diferents referències acadèmiques i personals sobre el procés de localitzar en la indústria audiovisual tenint en compte totes les parts implicades en aquest.

Per tal d'aconseguir una perspectiva global de la temàtica estudiada s'ha fet una anàlisi dels resultats teòrics, que fan referència a la informació recollida de les fonts documentals, en contrast amb el treball pràctic, centrat en les entrevistes als professionals. I per concloure, s'ha fet un breu estudi quantitatiu de la filmografia rodada a Catalunya l'any 2019 amb l'objectiu de complementar l'anàlisi i presentar una mostra representativa de la realitat de la indústria.

### 5.1. *Scouting*: recerca de localitzacions

Coneixent ja la relació que estableix la producció i la direcció d'art amb les localitzacions dins de la realització d'un film, cal passar a entendre com és el procés de **recerca de localitzacions** o **scouting**, un dels primers passos dins la preproducció audiovisual.

En aquesta fase, el departament de localitzacions serà un dels primers a afegir-se a l'equip. A través del disseny d'espai ideat pel departament d'art, els localitzadors tracten de documentar-se, buscar i classificar els espais que més podran satisfer el plantejament concebut.

Però aquestes localitzacions han de complir amb diversos requisits:

- D'una banda els creatius i **estètics** per tal que els espais s'adeqüin a la posada en escena i al to del film, concepte que molts cops es concreta des de l'inici amb la ideació del guió. L'època en la què s'emmarca l'acció, la condició social dels personatges, la funció d'aquell escenari, els elements que l'ompliran o l'estil escollit, seran algunes de les condicions a tenir en compte.

- Caldrà analitzar l'**entorn** de la localització, tots aquells elements que la rodegen i que poden influenciar en el rodatge i el resultat final de l'obra, com poden ser els paisatges de fons, els sons o l'afluència de gent pels seus voltants.
- També s'ha de tenir en compte el **clima** de la zona escollida i l'època de l'any en què es rodarà, per tal de constatar si s'adequarà a l'ambientació narrativa o si al contrari, serà un impediment per aconseguir-ho.
- És necessari considerar la magnitud que representa traslladar tot un equip humà i tècnic a un espai extern que normalment no està preparat per a rodatges en la seva pròpia naturalesa. És per això que s'ha de comptar amb la **facilitat d'accés** a aquella localització, l'espai adaptat per l'aparcament i la instal·lació dels espais fora de càmeres necessaris per al rodatge i la resta de departaments, l'anomenat **camp base**.
- Informar-se de la **permissivitat** per filmar en aquell espai. Conèixer quina institució el gestiona o si en canvi forma part d'una empresa o propietat privada.
- En termes de producció, tenint en compte el **pressupost** del projecte, caldrà ajustar-se a la inversió determinada per al lloguer de localitzacions. Molts cops els contractes per a les localitzacions funcionen amb negociacions amb el propietari, qui es beneficiarà també de la difusió que tindrà aquella localització gràcies a rodar-hi allà.
- I per últim, respectar i posar atenció en el compliment de la **normativa** d'aquell espai que serà determinant per dur-hi a terme correctament el rodatge.

La plataforma de formació professional online Masterclass.com recull en un article els 3 consells que el reconegut director Martin Scorsese suggereix per una òptima recerca de localitzacions.<sup>20</sup>

- a. Visitar l'espai presencialment. Tot i comptar amb un gran arxiu fotogràfic de localitzacions, és essencial examinar l'espai en persona per fer una elecció

---

<sup>20</sup> Masterclass Staff (2021) *Martin Scorsese's Top 3 Tips for Location Scouting*. Recuperat de <https://www.masterclass.com/articles/martin-scorseses-top-3-tips-for-location-scouting#martin-scorseses-top-3-tips-for-location-scouting>

definitiva d'aquella ubicació. Els mitjans digitals no sempre seran completament fidels a la realitat.

- b. Assistir a la localització en diversos moments del dia a fi de conèixer quines tonalitats adquireix l'espai en cada moment i com aquestes afectaran l'ús de la llum en el moment de rodar. És important observar com afecte l'entorn a l'espai escollit i què hi reconeixem físicament com emocionalment.
- c. Trobar solucions creatives a les dificultats o limitacions que pot donar una localització. En molts moments caldrà rodar un mateix espai narratiu en diferents localitzacions o al contrari, que aquests es puguin agrupar per estalviar pressupost i temps.

En algunes situacions, si el cost del trasllat fins a una localització és molt car, s'adapten els efectes especials per a aconseguir construir l'espai desitjat.<sup>21</sup> Avui en dia, el sector dels efectes especials i la **producció virtual** s'ha professionalitzat i avançat fins al punt en què es poden crear una obra audiovisual ubicada en un espai totalment recreat de manera digital. Aquest avenç posa en cert perill el sector de localitzadors dins de la indústria. No obstant, aquest és un recurs que facilita les produccions i abarateix els costos. Ambdues conviuen en l'actualitat per aconseguir els resultats més adients pel to i el context de l'obra audiovisual.



Imatge 1. Rodatge de la sèrie *The Mandalorian* amb la tècnica de *stagecraft*. Font: Tecvolution.

---

<sup>21</sup> Shorr, A. (2021) Roger Deakins on Location Scouting for Film — Cinematography Techniques Ep. 5. Studio Binder. [Video] Recuperat de [https://www.youtube.com/watch?v=IX-gQSyXSU4&t=67s&ab\\_channel=StudioBinder](https://www.youtube.com/watch?v=IX-gQSyXSU4&t=67s&ab_channel=StudioBinder)

---

La sèrie de Disney+ *The Mandalorian*, estrenada el novembre de 2019, va ser gravada per complet amb la tècnica de l'*stagecraft*.<sup>22</sup> Aquesta tecnologia punta creada als anys 30 es coneix tècnicament com una retroprojecció. Un projector reproduïx sobre una pantalla una imatge fixe o en moviment que és la que genera l'espai on es troba el personatge. Sense necessitat de postproducció com passa amb el croma, aquesta tècnica només necessita un terra recreat físicament i tres enormes pantalles LED que componen els dos costats de l'escenari i el sostre. No obstant, tot i tenint en compte la gran evolució tecnològica que aquesta tècnica suposa, aquests espais projectats necessiten algú que els esculli i determini com i quins seran. És per aquest motiu, que tal com afirma el localitzador Jaume Jordana, sempre caldrà un localitzador que treballi mà a mà amb l'equip d'efectes especials per tal de contextualitzar les ubicacions.

Al voltant d'aquesta qüestió, la irrupció de la producció virtual en el sector audiovisual es valora com una eina innovadora que permeti als creadors tenir marge a l'hora tant d'idear un relat com de fer tangible la creació d'aquest. Així com abaratir costos i reestructurar el procés de creació.<sup>23</sup>

Si tractem el **timing del procés de scouting**, aquest és un dels més llargs i pacients de tota la producció i s'estructura en diferents etapes amb l'objectiu d'aconseguir l'elecció més adient. El director d'art Michael Rizzo defineix en el seu llibre *Manual de dirección artística cinematográfica* (Edicions Omega, 2007) les següents fases del procés de recerca de localitzacions.

- Taula adjunta a la pàgina següent -

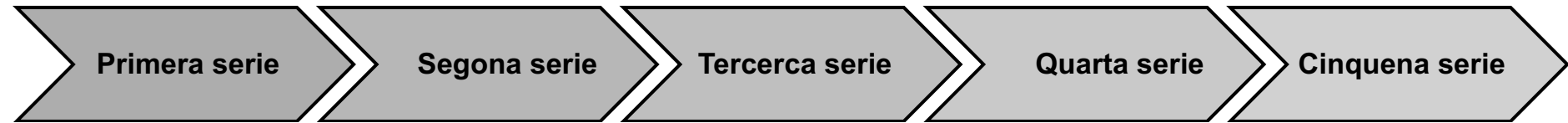
És important determinar el procediment i les diferents fases de l'*scouting*. No obstant, aquest és canviant depenent de la magnitud del producte audiovisual i s'adapta als *timings* de la producció i a la demanda per part del director.

---

<sup>22</sup> López G, V. (2019) *The Mandalorian*: así funciona Stagecraft, la revolucionaria tecnología con la que se ha rodado la serie de Disney+. Recuperat de <https://www.espinof.com/series-de-ficcion/the-mandalorian-asi-funciona-stagecraft-revolucionaria-tecnologia-que-se-ha-rodado-serie-disney>

<sup>23</sup> Catalan Films & TV (2020) Sitges Industry Hub 2020 I Producción virtual vs. producción física [Vídeo] Recuperat de <https://vimeo.com/470098326>

## Series de localitzacions d'una producció segons Michael Rizzo



Localitzador i dissenyador de producció visiten varies localitzacions per presentar les primers propostes al director.

S'exposen en foto muntatges panoràmics o vídeos per deixar clara la magnitud de l'espai.

Donat el vist i plau, es comença la gestió per la cessió de l'espai amb les institucions pertinents.

S'exposa a la resta de departaments per començar a dur a terme la intervenció en aquell espai, la documentació i el concepte estètic.

Concretar els *cover sets* si són necessaris.

El departament de producció confirma la qualitat de l'espai escollit.

Juntament amb el cap de localitzacions visiten els espais per discutir les possibilitats de rodatge que ofereixen i per traspassar les responsabilitats creatives i administratives als departaments corresponents.

S'estructuren les fitxes de localitzacions on consta la numeració del set, la seva ubicació i una petita descripció. Serà un document essencial a l'hora de rodar.

Treball actiu de l'equip d'art. Es mesura l'espai per començar amb la construcció dels decorats per part dels *set designers*.

La intenció és recollir la màxima informació detallada de cada set per tal que el decorat funcioni de la millor manera possible en el moment del rodatge.

Una de les fases més llargues.

Es troben en cada un dels sets tots els caps de departament: tant de producció, art, fotografia com efectes especials.

Es reuneixen els apunts necessaris i es repassa el planning dels dies de rodatge.

És el moment en que es tanquen i reorganitzen horaris i contractes de proveïdors de recursos tècnics o artístics.

Tota localització pot variar o canviar en qualsevol moment, per tant cal comptar amb una última fase per prevenir.

El departament de localitzacions s'encarrega de visitar els espais alternatius, així com de gestionar els possibles canvis i revisions que tindran lloc després de la reunió final de producció.

El director d'art i el localitzador aniran sempre de la mà. Des de la primera sèrie es proporciona un punt de partida pel desenvolupament conceptual del disseny d'espai i la documentació necessària.

Taula 2. Series de localitzacions. Font: Rizzo, M. (2007) *Manual de dirección artística cinematográfica*. Barcelona: Ediciones Omega.

Com explica el localitzador Jaume Miró (Miró, 2021), el procediment a l'hora de localitzar és molt diferent si és per publicitat que si és per cinema. En una producció publicitària, la relació del localitzador amb el director de l'*spot* és directe i el disseny d'espai ve determinat molts cops per l'agència. En canvi, en cinema el departament de localitzacions treballa mà a mà amb el departament d'art, qui fa arribar les necessitats d'espai d'aquella producció i amb qui es construeix el disseny final d'espai.

Les referències geogràfiques s'aconsegueixen de diferent manera depenent la producció. Els *scouts* entrevistats per aquest estudi coincideixen en el fet que els recursos d'arxiu són bàsics en les produccions publicitàries, per exemple. "Quan surto a localitzar és pels projectes de ficció i tot el que trobo em proporciona una base i un gran volum de recursos per presentar i posar al servei dels projectes publicitaris." (Jordana, 2021: s.d.). Quan treballen per un *spot* el principal recurs utilitzat és el de les referències d'arxiu, sobretot els interiors. En el cas de les localitzacions exteriors, tal com constata Jordana, sempre és recomanable, però, dirigir-se a l'espai escollit per comprovar la situació en la qual es troba, ja que aquest és canviant i pot no assimilar-se a la referència d'arxiu.

Cal destacar que en publicitat la inversió que se'n fa és molt important, per això no hi ha espai per l'error. És en aquests casos on, segons el producte anunciat, cal fer un estudi exhaust de la ubicació i tot allò que pugui ser influent en l'espai. Moisès Torné és especialitzat en fotografia i *spots* d'automòbils i afirma que en aquests casos s'ha de dur a terme un estudi de llum acurat i mil·limètric per tal que en el rodatge no hi hagi cap imprevist (Torné, 2021). Per tant, el procediment per localitzar mai és exacte ni pautat, ja que està sotmès a molts factors que el modificaran per aconseguir el resultat convenient.



Imatge 2. Treball comercial de Moisès Torné.  
Font: Moitorne.com



## 5.2. Els agents actius en l'*scouting*

### 5.2.1. Departament de localitzacions

Tal com s'ha tractat anteriorment, el departament de localitzacions és una secció poc concreta dins d'una producció i a la vegada, reconeguda com a tal molt recentment. Anys enrere, els encarregats de localitzar eren persones associades a la producció vist que és una tasca que se'n deriva d'aquesta. Amb el temps i l'especialització, el sector ha anat donant valor a aquesta labor fins a determinar i trobar la necessitat de comptar amb un distingit departament que se n'encarregui.<sup>24</sup>

Dins del departament s'hi estructuren els diferents càrrecs necessaris per dur a terme un bon *scouting*, des de la primera ideació de l'escenari fins a l'execució del rodatge. És necessari tenir present de nou que aquesta composició variarà segons la magnitud i tipologia de producció. Tanmateix, definir cadascun dels càrrecs és imprescindible per entendre com actua el conjunt.

#### **Location scout**

Del vessant creatiu del departament de localitzacions se n'encarrega el *location scout*. Aquest és qui duu a terme la tasca d'exploració dels diferents espais que poden encaixar amb l'essència d'allò que s'ha ideat en el guió. Jaume Jordana, localitzador amb més de vint anys d'experiència en la professió ho confirma: “treballem en funció d'una història a la qual hem de trobar els espais més pròxims al que s'ha imaginat” (Jordana, 2021).



Imatge 3. Jaume Jordana localitzant per a la sèrie *Nit i Dia*. Font: CCMA.

---

<sup>24</sup> Vidal, N. (2015) *Scouting in Catalonia*. (pàg. 170) Barcelona: Generalitat de Catalunya. Departament de Cultura. ICEC.

---

L'*scout* adquireix una doble visió, la del director i la del productor.<sup>25</sup> D'una banda ha de valorar els elements estètics d'aquell espai per tal que s'adeqüin a l'atmosfera de la narració, com és la il·luminació o els decorats. Tracta d'apropar-se de la manera més detallada possible a la demanda del director.

I d'altra banda, haurà de contemplar que l'espai compti amb els elements que un rodatge requereix: un bon accés, punts de llum i d'aigua o el nivell de soroll, entre d'altres. Aquests requisits facilitaran més tard les gestions que duran a terme els *managers* i el departament de producció.

El *location scout* és un dels primers en incorporar-se a la pre-producció. Segons la dinàmica del projecte, l'*scout* es llegeix el guió o consulta el *briefing* o Bíblia per tal d'entendre el to i el tractament que se li vol donar a la narració i les funcions que adquiriran cadascun dels escenaris. Seguint aquestes pautes és quan el localitzador fa una selecció de certs espais i els visita per tal de presentar al director les diferents opcions. Tal com s'ha esmentat anteriorment, en molts casos aquestes localitzacions es presenten directament del propi arxiu fotogràfic, un recurs que ajuda a escurçar els terminis.<sup>26</sup>

Tal com afirma el localitzador Marcos Chanca (Beamos Producción, 2021), quan un localitzador estudia l'elecció d'un escenari, ha de tenir en compte a tots els departaments. No obstant, dins del departament, l'*scout* és qui treballarà de manera més propera amb el departament d'art i molts cops serà el director del departament qui presenti els escenaris escollits al director. "El director d'art és qui em dona la base a mi per treballar", declara el *location scout* Jaume Miró (Miró, 2021)

Un cop tancades i aprovades les localitzacions per part del director, el *location scout* concreta les referències de cada una al *manager* per començar amb la gestió del contracte amb el propietari o la institució.

---

<sup>25</sup> Beamos Producción (2016) *El trabajo de location manager*. Recuperat de <http://beamos.es/el-trabajo-de-location-manager/>

<sup>26</sup> Alocat. Associació localitzadors de Catalunya. *Serveis*. Recuperat de <http://www.alocat.cat/>

---

## **Location manager**

Si l'*scout* és qui assumeix la creativitat del departament, el *location manager* és l'encarregat de la logística necessària perquè aquella ubicació funcioni. Acompanya a la producció en tots els aspectes referents a les localitzacions.

Dins del departament, és el coordinador dels diferents càrrecs que se'n deriven i és qui selecciona l'equip que en formarà part. Treballa durant tot el procés de preproducció fins al final de la producció o rodatge, assegurant que totes les localitzacions estigui llestes i comptin amb les assegurances pertinents així com els permisos o contractes per ocupar aquell espai.

Per al desenvolupament de les gestions de l'espai, és clau el contacte i l'ajuda que les *film commissions* proporcionen al departament. El *location manager* és doncs qui té una relació directa amb les comissions filmiques per tal de facilitar l'obtenció dels permisos per part dels diferents departaments institucionals.

Algunes de les tasques complementàries que realitza un *location manager* per a la correcta execució dels rodatges tenen a veure amb l'entorn. Per una banda, cal notificar als residents i veïns de l'espai de la filmació, sobretot en els casos on actua la confidencialitat, com passa molts cops en publicitat. I d'altra banda, coordinar el bloqueig de l'espai en els casos d'ocupar l'espai públic dificultant la circulació.<sup>27</sup>

En relació amb l'agent propietari de l'espai, el *manager* funcionarà com a intermediari o emissari de l'equip de producció. S'encarregarà de ser el contacte directe amb les companyies, institucions o titulars d'aquells espais. Juntament amb el director d'art, seran sempre els primers i últims en marxar de la localització. La seva tasca acaba tan bon punt finalitza el rodatge, per tant, el departament no actua durant la postproducció.

En conclusió, el *location manager* és el responsable de què totes les parts implicades en un rodatge, i sobretot en l'espai que s'ocupa per rodar, tinguin una bona experiència.

---

<sup>27</sup> Masterclass Staff (2021) *What a Location Manager Does and How to Become a Location Manager*. Recuperat de <https://www.masterclass.com/articles/film-101-what-is-a-location-manager-understanding-what-a-location-manager-does-and-how-to-become-a-location-manager#quiz-0>

---

### ***Assistant location manager***

En moltes ocasions i sobretot en produccions de gran escala, el departament de localitzacions inclou a un auxiliar que treballarà en conjunt amb el *location manager*, principalment per facilitar la seva feina en el rodatge. Aquest ajudarà a coordinar l'espai del rodatge fent també d'intermediari amb el propietari o gestionant la documentació necessària per a l'ocupació d'aquella localització.

#### **5.2.2. Les Film Commission i les Film Office**

Una **film commission** és un organisme públic d'àmbit estatal, regional o local sense ànim de lucre que té l'objectiu de promoure i facilitar rodatges al sector audiovisual d'una certa àrea geogràfica. No només gestionen els recursos geogràfics sinó que donen suport a les produccions en la seva recerca de localitzacions, en les sol·licituds i tramitació de permisos de rodatge i l'accés als recursos locals necessaris.<sup>28</sup> Quan es tracta de la part burocràtica i logística del procés, les corporacions passen a agafar la funció de **film office**, funcionant d'intermediari entre les productores i els estaments públics que cedeixen el permís de gravació.

Així mateix, de manera externa, fan una funció divulgativa donant a conèixer el territori a la indústria audiovisual internacional per atraure a productores estrangeres perquè vinguin a rodar al seu país i proporcionar-les-hi assistència i recolzament en la gestió. No només promouen els escenaris dels què disposen, sinó també els recursos tècnics i humans que poden estar al seu servei si la productora ho necessita.

L'origen de les *film commissions* es troba als Estats Units arran de la necessitat de la indústria audiovisual d'un òrgan que coordinés els serveis locals en els moments de rodar. Amb la intenció de trobar una alternativa als estudis de Hollywood, va sorgir un interès per part dels directors i creadors per les localitzacions naturals de la regió. En conseqüència, la primera *film commission* es va crear a Utah l'any 1940.<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> Osácar, E. (2009) Del turismo y el cine al turismo cinematográfico. Revista *Her&Mus* (2), 18 – 25. Recuperat de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3635844>

<sup>29</sup> Sarabia, I. i Sánchez, J. (2019) La figura de la Film Commission en la puesta en valor de los recursos audiovisuales técnicos y profesionales de un territorio en España. *Tourism & Heritage Journal* (1), 113 – 132. Recuperat de <https://revistes.ub.edu/index.php/tourismheritage/issue/view/2172/showToc>

---

No va ser fins a la dècada dels 80 que aquestes corporacions es van començar a consolidar a Europa. Actualment, en el territori europeu les oficines de promoció s'agrupen en la European Film Commission Network (EUFCN) que ja compta amb un centenar de *film commissions* de 30 països, entre elles la Barcelona i la Catalunya Film Commission.

Canàries va ser la primera regió espanyola en crear la seva corporació als anys 90, seguida de la barcelonesa. Actualment existeix almenys una *film commission* per cada una de les 17 comunitats autònomes de l'estat, totes pertanyents al sector públic. Una dada que reafirma el rellevant potencial cinematogràfic amb el què compta el territori espanyol.

### Catalunya Film Commission

La Catalunya Film Commission és un òrgan públic que forma part de l'Institut Català d'Empreses Culturals, l'ICEC, el qual s'emmarca dins del Departament de

Cultura de la Generalitat de Catalunya. Com a principal mitjà promotor dels escenaris cinematogràfics catalans, la seva funció és, d'una banda, facilitar el treball de la indústria audiovisual catalana. Posa la comissió fílmica a disposició del sector per tal de proporcionar recursos tant tècnics com econòmics a les productores i potenciar l'audiovisual català. Hi són des del primer moment en què assessoren els departaments de localitzacions per tal d'escollir els espais idonis, fins a la gestió dels rodatges en els quals hi poden aportar un suport en relació amb les institucions.

D'altra banda, la *film commission* funciona com agent de captació de rodatges en fires internacionals. De manera divulgativa, donen a conèixer Catalunya i el seu territori a les productores estrangeres per tal que aquestes coneguin i generin un interès per els escenaris amb els què compta el territori català. La varietat i pluralitat del territori, la professionalitat de la indústria local i el clima, són els principals atractius que la Catalunya Film Commission potencia per tal d'incrementar l'activitat fílmica a la regió.

La coordinació d'una xarxa d'oficines de gestió als rodatges de tot el territori català és una altre de les tasques que duu a terme la corporació. Els mateixos municipis formen part de la xarxa de la comissió i en molts casos estan representats per les seves pròpies comissions fílmiques. Amb els anys han anat concebant-se noves *film*



Imatge 4. Logotip Catalunya Film Commission. Font: Catalanfilms.cat

---

*commissions* en zones molt demandades pel sector i que s'han vist amb la necessitat de comptar amb un òrgan com aquest. Algunes a destacar són la NODE Film Clúster Costa Barcelona, que gestiona la zona del Garraf, la Terrassa Film Office del Parc Audiovisual de Catalunya, la Tarragona Film Commission, la Maresme Film Commission, la Girona Film Office i El Prat Film Office.

### **Barcelona Film Commission**

Tot i denominar-se Barcelona Film Commission, la tasca que desenvolupa és la d'una *film office*. A diferència de les primeres, la Barcelona Film



Imatge 5. Logotip Barcelona Film Commission.  
Font: Mercat Audiovisual de Catalunya

Commission és l'òrgan que s'encarrega explícitament de la logística dels rodatges. Actua com a pont entre les productores i els diferents departaments de l'administració.

L'oficina d'atenció als rodatges pertany a l'Institut de Cultura de Barcelona, l'ICUB, organisme que es correspon dins la regidoria de Cultura de l'Ajuntament de Barcelona. Aquests estaments són els encarregats de cedir els permisos d'ocupació de l'espai públic a les productores. Aquesta autorització és aprovada amb la finalitat de què l'entitat o empresa s'apropii de l'espai públic durant un cert límit de temps, per fer-ne un ús privat que en aquest cas és rodar.

L'any 1996 es crea dins l'Ajuntament de Barcelona el projecte Barcelona Plató. Amb el temps l'organització va adaptant la seva tasca a la d'una comissió fílmica i aconsegueixen exercir una gran labor de promoció de la ciutat per a atraure a les produccions a rodar aquí. A banda de consolidar-se com l'òrgan coordinador dels rodatges a la ciutat. No és fins al 2013 que es consolida com a organisme propi i independent de la Catalunya Film Commission i adquireix l'apel·latiu actual.

L'estructura de treball que se'n duu a terme es basa en tres grans tasques. D'una banda, s'ofereixen reunions amb les productores per tal de fer un assessorament personalitzat i funcionar com a suport en la preparació de rodatges. Altrament, assisteixen a les produccions per obtenir els permisos dels espais públics derivats als diferents departaments de la institució. I per últim, proposen ser intermediaris per a les sol·licituds d'exempció o reducció de taxes públiques d'ocupació de l'espai públic per a les produccions culturals.

---

### 5.3. Els localitzadors en la indústria audiovisual actual

Un cop definits els papers claus en el procés de recerca de localitzacions i analitzada la labor, és necessari plantejar en quin punt es troba el sector en el context audiovisual actual.

Cal destacar la digitalització que ha patit el sector i que ha provocat una **evolució** de la manera de localitzar i un canvi de dinàmiques. Els localitzadors veterans Jaume Jordana i Jaume Miró remarquen la gran diferència del procés de treball que segueixen ara respecte a fa uns anys. D'una banda, vint anys enrere la professió no estava ni definida. Era una tasca de la què s'encarregava producció però, no havia agafat forma. I d'altra banda, no es treballava amb internet. El procés de localitzar es basava a explorar un escenari o una zona geogràfica durant una setmana sencera per valorar tots els aspectes que hi podien influir. A més a més, era complicat que el localitzador establís un arxiu propi de localitzacions perquè tota la informació es capturava en analògic.

Actualment, la informatització, la facilitat d'accés als recursos i la tasca de les *film commissions* ha ajudat al sector a dinamitzar la manera de treballar. S'ha de tenir en compte, però, que segons el punt de vista aquest progrés pot semblar un perill per a la professió.

Per mantenir-se actiu, el sector s'ha sostingut durant molts anys gràcies a la **publicitat**. El món publicitari és un sector amb grans finançaments i que necessita sempre localitzacions concretes i detallades per generar un impacte en els seus productes. No obstant, en aquest últim any el volum de feina ha incrementat gràcies a les **plataformes digitals** que degut a la situació actual es troben amb la necessitat de generar nous continguts de ficció.

Un altre aspecte a remarcar és la tipologia de contracte o acord laboral dels localitzadors. El rol de localitzador no acostuma a trobar-se fixe dins d'una productora i si hi és acostuma a ser un *location manager*. Per tant, al ser una tasca que es treballa externament i allunyada al nucli de la producció, el localitzador sempre ho fa de manera **autònoma**. Jaume Miró ho reafirma, "sóc partidari de defensar la feina del localitzador com a pròpia" (Miró, 2021). Al cap i a la fi, la tasca d'un localitzador depèn sempre dels seus coneixements i l'arxiu que hagi generat amb els anys. No obstant,

depenent de la política de la productora i de la magnitud de feina, en alguns casos l'*scout* si que és contractat directament per la productora, com pot passar en series de llarga durada.

Així com l'experiència és un dels aspectes claus per fer un bon treball de localització, l'**especialització** també ho és, ja sigui per zones geogràfiques o per tipologies. A dia d'avui és essencial que un *location scout* estigui especialitzat en una regió determinada ja que això li permetrà conèixer amb profunditat els seus escenaris, les condicions en les que es troba cadascun i generarà una base de contactes de referència. És per això que quan una producció treballa en localitzacions de diferents regions geogràfiques acostumen a funcionar amb una segona unitat en aquell lloc. El departament de localitzacions també utilitza aquest recurs treballant en paral·lel amb algú local que conegui detalladament la zona.

Certs professionals del sector, opten en canvi per especialitzar-se en una tipologia de localitzacions en concret, com apartaments de luxe, o per un producte en concret, com poden ser localitzacions per a *spots* d'automòbils.

En el context audiovisual actual, a **Catalunya**, trobem un gran canvi de paradigma respecte fa deu anys. L'aparició d'associacions i l'exhibició i presentació al públic dels escenaris cinematogràfics amb els que compta el territori català han sigut alguns dels motors que han mantingut viu el sector.

### 5.3.1. ALOCAT: Associació de Localitzadors de Catalunya

**A(LOC)AT**

Imatge 6. Logotip ALOCAT. Font: ADDP.es

Així com les *film commission* són organitzacions conegudes i amb una certa presència dins de l'ecosistema audiovisual, hi ha altres entitats que no tenen el mateix reconeixement. En l'àmbit català naixia l'any 2017 l'Associació de Localitzadors de Catalunya, l'ALOCAT. Tal com indica al seu lloc web l'associació es va originar “com a resultat de la posada en comú i unificació de certs criteris dels professionals dedicats a la recerca i gestió de localitzacions”<sup>30</sup>.

Un dels seus creadors és Moisès Torné, realitzador, fotògraf i localitzador publicitari. Anys abans de la creació de l'associació s'hi trobaven certes mancances en el sector

---

<sup>30</sup> Alocat. Associació localitzadors de Catalunya. *Serveis*. Recuperat de <http://www.alocat.cat/>



català. D'una banda en termes econòmics, era necessari unificar els preus dels contractes i arran d'això crear una xarxa entre els professionals del sector. L'associació ha esdevingut un punt de trobada entre localitzadors on poder recolzar-se entre si, compartir dubtes i resoldre necessitats en termes de gestió. Reben també el suport de les diferents *film office* i *film commissions* per tal de conduir en la direcció correcta el sector.

L'associació compta actualment amb més de 40 membres on s'hi troben tant *locations scouts* com *location managers* del panorama català i també nacional.

### 5.3.2. El projecte *Scouting in Catalonia*

L'any 2015 va néixer *Scouting in Catalonia*, un projecte impulsat per la Catalunya Film Commission i el Departament de Cultura de la Generalitat. El plantejament es basava en dos punts d'actuació. D'una banda una **exposició** itinerant que es va establir en diferents espais del territori català i internacional, des del Palau Robert fins a festivals i fires de cinema, passant per la Delegació del Govern a Brussel·les. I d'altra banda, l'edició d'un **llibre** on 21 localitzadors



Imatge 7. Portada del llibre *Scouting in Catalonia*. Font: Generalitat de Catalunya

catalans relaten la seva trajectòria en relació al territori català i el procés de feina que duen a terme. Així com un recull d'un enorme arxiu fotogràfic amb el què es poden conèixer totes les cares de Catalunya i els seus recòndits escenaris.<sup>31</sup>

Coordinat per Carlota Guerrero i amb la crítica de cinema Núria Vidal com a comissària, el projecte s'emmarcava en dos principals objectius: mostrar la riquesa paisatgística i humana de Catalunya i donar a conèixer el col·lectiu de localitzadors apropant la seva professió al públic.

Tal com explica Carlota Guerrero, la idea va sorgir de varis localitzadors catalans per visibilitzar la seva feina dins la indústria. Tant als espectadors, com a la resta del gremi, com als municipis catalans que són veritablement els protagonistes.

<sup>31</sup> Palau Robert. *Scouting in Catalonia*. I Exposicions – Jardí. (2015) Recuperat de <http://palaurobert.gencat.cat/ca/exposicions/jardi/2015/scouting-in-catalonia-00001/index.html>

### 5.3.3. Reconeixements i premis

Analitzant els guardons dels premis cinematogràfics més reconeguts com són els Oscars, els Goya o fins i tot els catalans premis Gaudí, no hi trobem cap distinció pel sector de localitzadors. S'entén, no obstant, que el reconeixement per la tasca de localització s'inclou en els premis per a Millor Producció o Millor Direcció d'Art. Tot i així, lamentablement, aquest és un reflex i una representació més del valor que se li atribueix al sector dins l'ecosistema audiovisual.

Ara bé, existeixen altres espais en la indústria on la feina de l'*scouting* té el seu reconeixement i és premiat per donar-li el valor que mereix.

#### 5.3.3.1. Premis APCP

A nivell nacional, l'*Asociación de Productoras de Cine Publicitario* (APCP) celebra cada any les *Jornadas de Producción de Cine Publicitario* que compten amb una gala de premis per reconèixer la tasca dels tècnics i professionals del sector publicitari espanyol.<sup>32</sup> En aquests premis s'hi troba la categoria de Millor tècnic/a del departament de localitzacions. Guardó que el localitzador Jaume Jordana ha guanyat ja durant dos anys consecutius.

#### 5.3.3.2. Location Managers Guild Awards

En el cas de Hollywood, la indústria cinematogràfica compta amb l'organització de professionals de l'*scouting*, *Location Managers Guild International*, fundada l'any 2003. L'entitat agrupa diferents professionals del sector facilitant una relació sòlida entre les productores i les institucions. Tracten de promoure i conscienciar del seu lloc en la indústria com a peces clau del món audiovisual, mitjançant un compromís local i una visió internacional.<sup>33</sup>



**LOCATION MANAGERS GUILD**  
INTERNATIONAL

Imatge 8. Logotip LMGI. Font:  
Locationmanagers.org

Per tal de reconèixer així la seva labor, se celebren des de l'any 2014 els *Location Manager Guild Awards*. Un certamen que premia les millors localitzacions d'obres de

<sup>32</sup> Cine & Tele (2020) *APCP anuncia los nominados a sus premios y más ponentes para sus jornadas*. Recuperat de <https://www.cineytele.com/2020/11/04/apcp-anuncia-los-nominados-a-sus-premios-y-mas-ponentes-para-sus-jornadas/>

<sup>33</sup> Location Managers Guild Internacional (s.d) *Who we are*. Recuperat de <https://locationmanagers.org/>

---

cinema i televisió emeses aquell any, guardonant així als professionals que hi han contribuït.<sup>34</sup> Els premis compten amb les següents categories:

- Localitzacions de pel·lícula contemporània
- Localitzacions de pel·lícula d'època
- Localitzacions de sèrie contemporània
- Localitzacions de sèrie d'època
- Localitzacions de minisèrie
- Localitzacions en publicitat
- *Film Commission* destacada
- Honorífics:
  - Premi a la trajectòria
  - Premi pioner
  - Premi humanitari
  - Premi Eva Monley<sup>35</sup>: en honor a la destacada localitzadora americana, referent del sector entre els anys 50 i 80.

#### 5.4. Anàlisi de la filmografia rodada a Catalunya l'any 2019

Per tal de concloure amb l'anàlisi de resultats i aportar una mostra significativa del que suposa Catalunya com a escenari cinematogràfic, s'ha dut a terme un **estudi quantitatiu** dels rodatges filmats durant l'any 2019 en localitzacions catalanes.

Ha sigut necessari acotar la mostra de l'estudi, pel què s'han escollit les produccions de gran escala, tenint en compte les tipologies de: sèrie de televisió (o plataformes), minisèrie, TV *movie*, llargmetratge de ficció i llargmetratge documental.

S'ha triat l'any 2019, ja que en el moment de realitzar la recerca complia amb els requisits necessaris: que fos proper a l'actualitat analitzada; que l'any hagués conclòs per tal de tenir la informació completa a l'abast; i per últim que fos un any amb un ritme productiu constant, motiu pel qual no es va poder escollir 2020, ja que la situació

---

<sup>34</sup> Johns, N (2014) *Location Managers Guild Sets Inaugural Awards*. *Variety*. Recuperat de <https://variety.com/2014/film/awards/location-managers-guild-sets-inaugural-awards-1201122514/>

<sup>35</sup> Location Managers Guild Internacional (s.d) *About the LMGA Eva Monley Honorary Award*. Recuperat de <https://locationmanagers.org/about-the-lmga-eva-monley-honorary-award/>

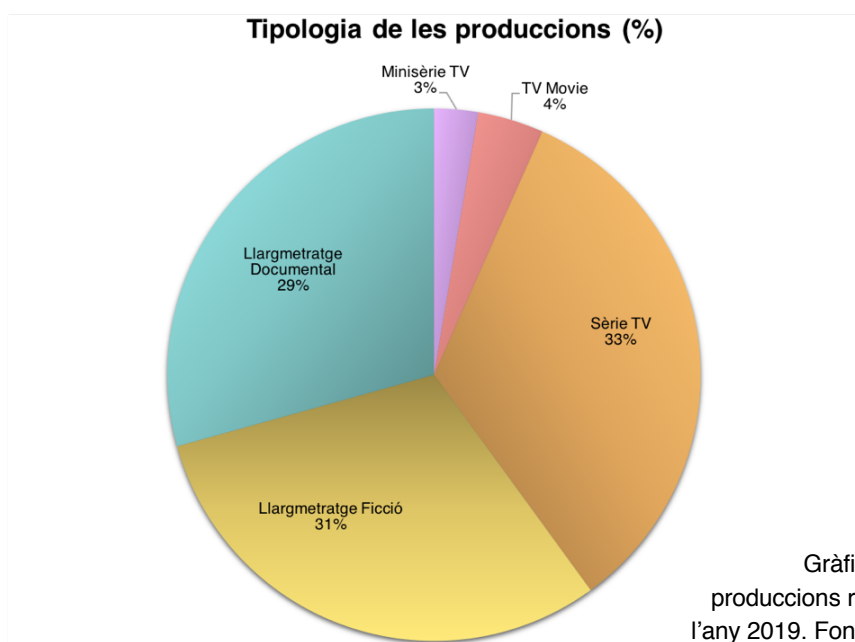
pandèmica no va garantir el ritme de producció habitual i s'ha considerat que el resultat no hagués sigut representatiu.

La recollida de dades per l'anàlisi s'ha fet en base a la filmografia publicada a la pàgina web de la Barcelona i Catalunya Film Commission<sup>36</sup>. Cal tenir en compte, doncs, que part de les produccions gestionades per altres *film commissions* regionals no formen part d'aquesta filmografia.

La mostra final ha resultat ser de 75 produccions. D'aquests rodats se n'han analitzat tres variables per entendre el caràcter de les filmacions que es duen a terme a Catalunya.

#### a. Tipologia de la producció

Una de les variables més representativa del context audiovisual actual, és el format de les produccions. S'observa clarament que el pes dels rodats recau sobre els llargmetratges, siguin de ficció o documentals, i les sèries.



Gràfic 1. Tipologia de les produccions rodades a Catalunya l'any 2019. Font: Elaboració pròpia.

Aquesta última categoria, tal com s'ha mencionat anteriorment, és una de les que trobem en estat d'auge a dia d'avui. Les plataformes estan invertint en produir nou contingut i sobretot centrat en sèries. Productes d'èxit com *Killing Eve* (HBO), *Westworld* (HBO) o *El Inocente* (Netflix) van ser rodats a Catalunya durant l'any 2019.

<sup>36</sup> Barcelona Film Commission. *Filmografia*. Recuperat de <https://www.bcncatfilmcommission.com/ca/filmography>



Imatge 9. *Killing Eve*, tercera temporada, capítol “*Meetings Have Biscuits*”. Font: Barcelona Film Commission – HBO

Cal tenir en compte que el fet que els rodatges s’hagin realitzat a Catalunya no significa que ho hagin fet aquí per complet. Moltes de les produccions han comptat amb múltiples localitzacions i entre elles s’hi troben les catalanes.

En el cas dels llargmetratges documentals, la immensa majoria són espanyols. Una dada que no és sorprenent, ja que en el format documental s’acostuma a tractar temàtiques que giren entorn a la situació geogràfica de la producció. Així com també cal destacar el gran pes que té el gènere documental en la televisió pública catalana.

Pel que fa als films de ficció, l’any 2019 es van rodar en localitzacions catalanes produccions que han esdevingut grans èxits nacionals com la triomfadora dels passats premis Goya, *Las Niñas* (dirigida per Pilar Palomero) o *No Matarás* (dirigida per David Victori).



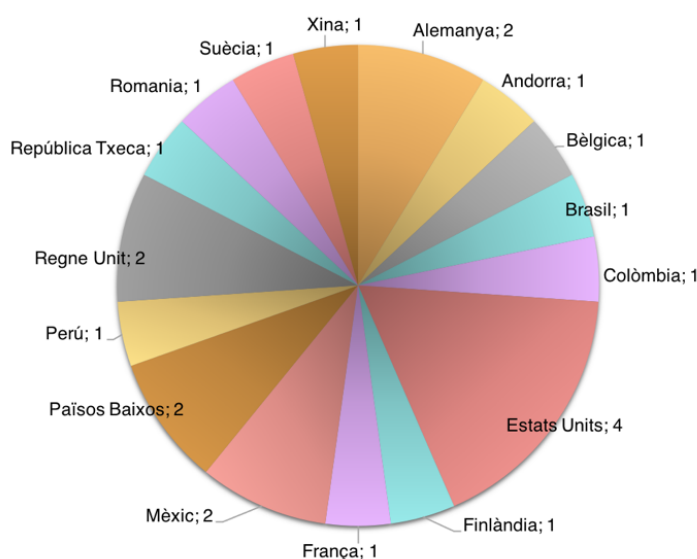
Imatge 10. Rodatge de *Las Niñas* a Gimenezs (Lleida). Font: Barcelona Film Commission.

Un petit espai és el que ocupen les minisèries i les TV *movies*, sumant aquestes un total de cinc produccions.

### b. Procedència de les productores estrangeres

Per comprendre la rellevància i el potencial que tenen les localitzacions del territori català, és clau posar atenció a l'origen de les produccions que hi vénen a rodar. En la mostra escollida, el 80% dels rodatges són de productores espanyoles. Aquesta és una dada que evidencia la rellevància i la magnitud de la indústria audiovisual nacional. Cal posar atenció, doncs, en el 20% restant de productores.

**Rodatges segons procedència de les productores  
(no espanyoles)**



Al llistat de filmografia hi trobem múltiples coproduccions i produccions associades. En aquests casos, molts dels projectes estan realitzats per productores de diferents països, la qual cosa aporta pluralitat a aquesta variable.

Entre aquestes destaquen les productores nord-americanes, que són el doble de gairebé la resta de procedències. Les quatre produccions són en concret sèries de les grans plataformes de *streaming*. Clarament, si el fenomen principal ara mateix en la indústria són les plataformes, ho haurà de ser per descomptat també a Hollywood. Es troben en següent pla les produccions angleses, alemanyes, neerlandeses i mexicanes. Les últimes són totes elles coproduccions amb empreses espanyoles.



Es confirma així, el reclam internacional que tenen les localitzacions catalanes. Motius com el clima, l'abaratiment dels costos per rodar aquí, el potencial d'equip humà i tècnic i la pluralitat paisatgística són les principals claus per atraure a produccions estrangeres perquè escullin Catalunya com l'escenari dels seus projectes.

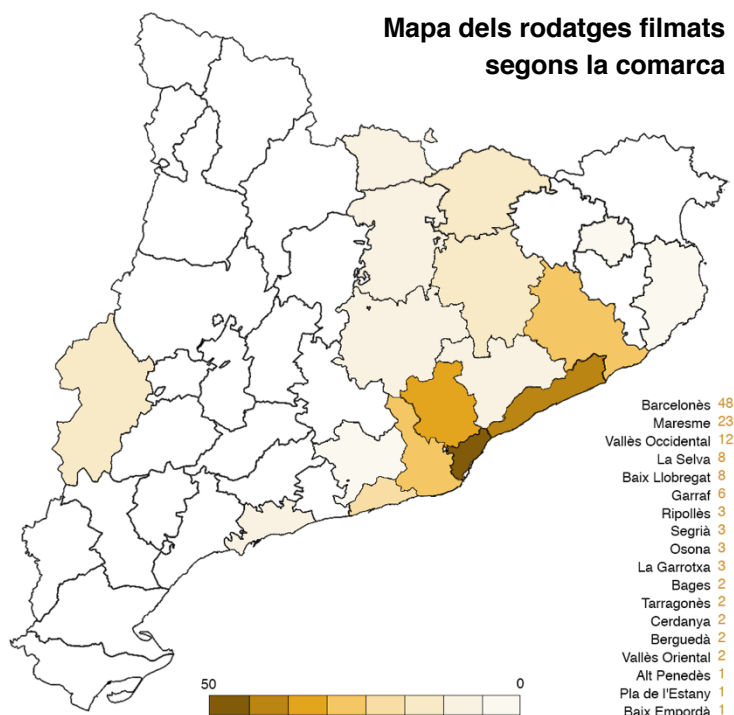
### c. Nombre de rodatsges per comarca

Per últim, s'ha considerat interessant analitzar quines són les regions on les productores decideixen anar a rodar. És per això que s'ha confeccionat un mapa representatiu del volum de rodatsges duts a terme l'any 2019 en cadascuna de les comarques catalanes. A l'haver-hi poca precisió en els municipis escollits per cada producció, s'ha optat per agrupar-ho i exposar-ho comarcalment.

La major part del conjunt de produccions, el 37% concretament, es concentren a la capital catalana. És inqüestionable el renom de Barcelona per sobre de la resta del territori de cara a l'estranger, la qual cosa determina la demanda i el resultat final de rodatsges realitzats a la ciutat.

La costa del Maresme és un altre dels grans reclams paisatgístics. Un espai que garanteix unes localitzacions costaneres ben a prop de la capital catalana. Poblacions com Mataró o Cabriels agrupen el major conjunt de localitzacions demandades.

En tercer lloc s'hi troba el Vallès Oriental. El fet que el Parc Audiovisual de Catalunya estigui instal·lat a Terrassa dóna peu a que moltes produccions escullin la cocapital vallesana per als seus rodatsges.



Gràfic 3. Mapa de rodatsges filmats segons la comarca l'any 2019.  
Font: Elaboració pròpia.

---

El Baix Llobregat i la comarca de la Selva agrupen també un conjunt significatiu de les localitzacions. La primera, tot i comptar amb l'Aeroport del Prat, és escollida també per la pluralitat d'espais que la conformen, des d'escenaris urbans fins a zones deltaïques en l'entorn del Riu Llobregat. Els permisos per a gravacions en l'espai de l'aeroport no van a càrrec de les *film commissions*, per tant aquests casos no es comptabilitzen en aquest recull de dades. En el cas de la Selva, els motius s'assimilen als de la comarca maresmenca.

Si ens fixem en les comarques restants, s'observa que en la seva majoria són regions rurals amb un gran atractiu paisatgístic. Des de muntanya fins a regions de plana, aquestes són localitzacions amb un gran potencial d'adaptació o transformació en altres espais que no coincideixen amb la realitat. Una "versatilitat" que és considerada un dels grans punts forts del territori català.



---

## 6. CONCLUSIONS

El plantejament inicial d'aquesta recerca, partia de la inquietud de conèixer a fons el potencial del territori català com a plató cinematogràfic. En un inici es pretenia fer una anàlisi exhaust de dades de tots els formats audiovisuals rodats a Catalunya l'any 2019. Fer un buidatge d'informació i analitzar quines eren les localitzacions escollides, de quina tipologia, quina funció complien i quin ús realista se'n feia d'aquestes. Ara bé, en el moment d'estructurar el treball i fer una primera recollida de les fonts documentals es va percebre una falta d'informació teòrica i sobretot de caràcter acadèmic entorn al procés de localitzar.

És per aquest motiu que es va decidir canviar el rumb del projecte, encarant-lo a un estudi qualitatiu, el qual aportaria una perspectiva global de la temàtica, en lloc d'exposar unes dades quantitatives i extreure'n el resultat de l'anàlisi.

Aquest buit d'informació, certifica una de les primeres conclusions extretes d'aquest estudi. I és que no existeix una base acadèmica que tracti l'àmbit de les localitzacions. El localitzador Jaume Jordana explicava en l'entrevista realitzada per al treball, que uns anys enrere va ser proposat com a professor de localitzacions a l'ESCAC. A l'hora de configurar una guia docent de l'assignatura i determinar el contingut a tractar, va adonar-se que aquest no existia, i per això va ser ell mateix qui es va encarregar de crear la base teòrica des de zero.

Les entrevistes als professionals han sigut clau per confirmar la hipòtesi de la qual es partia pel que fa al lloc que ocupen els localitzadors en l'entorn audiovisual. Conèixer de primera mà la seva visió del sector i poder contrastar els diferents punts de vista de cadascun ha enriquit l'estudi i ha donat peu a noves preguntes per resoldre. Confrontar opinions crítiques amb d'altres optimistes de cara al futur de la professió, dóna a entendre que progrés de la indústria pot anar en moltes direccions.

Per tal de seguir amb una evolució constant i creixent del sector, els nous recursos tecnològics s'han de prendre com una oportunitat i no com una amenaça. Si una cosa està clara en aquesta professió és que la base amb què es treballa ve proporcionada per l'experiència. Per tant, la combinació d'experiència pròpia i l'avenç tecnològic en les produccions, ha de funcionar de manera complementària. En l'ecosistema

---

audiovisual poden conviure sens dubte la producció virtual i la tradicional, ja que sempre hi haurà gèneres que seran més afins a una o a una altra per mostrar la seva realitat.

Malauradament, el que sí que suposa una certa amenaça per al gremi són les agències privades de localitzacions. Entitats que engloben cada cop un volum més gran d'escenaris, sobretot interiors privats. Tot i així, per tal d'aportar una perspectiva optimista, cal recordar i remarcar que el col·lectiu de localitzadors, tot i treballar de manera autònoma, segueix formant part de la indústria audiovisual, per tant, s'espera que per part de les productores hi hagi una certa prudència entorn a aquesta qüestió i tinguin la responsabilitat de fomentar el treball dels professionals del *scouting*.

Havent treballat en un primer moment les referències bibliogràfiques sobre la planificació audiovisual i els manuals acadèmics, ha sigut interessant contrastar allò que les fonts documentals indicaven amb les dinàmiques que exposaven els entrevistats. La dinàmica de treball dels departaments és sempre relativa a la producció. Segons la seva magnitud hi treballa un equip complet que pot arribar a la desena de persones, o en canvi, en petites produccions com passa en publicitat, els propis *scouts* són també qui s'encarrega de fer les gestions del *location manager*. Sí que se segueix una mateixa cronologia a l'hora de visitar els espais i establir el contacte amb el propietari, però la feina del *scout* també dependrà de la implicació del director en la direcció d'art i la posada en escena.

Les entrevistes han sigut la via per establir contacte amb altres tècnics, ja que a nivell nacional i al ser un sector tan reduït gairebé tots els localitzadors es coneixen entre si i fan xarxa en els seus projectes. Aquesta és també una de les qüestions més positives que hi trobem en el context local. Han sigut els mateixos localitzadors els que han decidit engegar la seva pròpia associació després de posar un comú unes necessitats, creant així l'ALOCAT. Busquen un equilibri just del treball de tots els implicats en el sector i el suport conjunt per a una bona dinàmica de treball, el qual no han trobat per part de la resta de la indústria.

Amb aquest estudi qualitatiu es pretenia mostrar l'especificitat de la realitat observada. No obstant, sent molt concreta la mostra analitzada en les entrevistes, s'ha observat

---

també el conjunt de professionals implicats en el gremi. És necessari parlar en aquest punt d'un aspecte envers la qüestió de gènere.

I és que la tendència de la indústria audiovisual global, és que les dones ocupin càrrecs de caràcter administratiu i no tinguin tanta representació en els espais decisius com la direcció o el disseny creatiu. Observant el sector tractat, s'ha percebut que les dones tenen una forta presència en l'àmbit de la recerca de localitzacions i algunes d'elles són reconegudes com a pioneres en el sector com la Mar Francolí, en el context català, o l'Estíbaliz Centeno, coordinadora de la Teruel Film Commission de la que se'n reconeix un gran treball de promoció de la regió aragonesa. Ara bé, la gran majoria d'elles adopten el càrrec de *location managers*, la vessant administrativa del departament, evidenciant així la tendència global ja comentada que també és dominant en el cas de les comissions fílmiques. Veient, però, com està canviant el paradigma de la indústria cinematogràfica i la forta presència que les dones estan tenint al capdavant de grans produccions, només cal confiar que amb els anys siguin moltes les que ocupin també càrrecs de *scouts*.

Pel que fa a les ja mencionades *film commissions*, s'hi extreuen les següents conclusions. D'una banda, és crucial determinar una distinció entre les funcions d'una *film office* i les d'una *film commission*. Ambdues són necessàries i claus per al progrés del sector. La funció de promoció recau sobre les *film commissions*, les que actuen d'agent extern, mantenen actius els projectes de divulgació del sector, presenten els espais cinematogràfics en fires internacionals, però a la vegada no perden el contacte amb les productores locals per ser-los-hi de màxima ajuda en el procés de localitzar. Les *film office*, en canvi, acostumen a tenir un marge d'acció més limitat, cosa que ajuda en la tramitació dels tràmits i el contacte exclusivament amb la institució local d'aquell municipi. Cal destacar la irrupció i el naixement de noves "sub-*film commissions*" territorials, en l'entorn català. Estan treballant de manera activa en el foment del seu territori i són claus per descentralitzar els rodatges fora de Barcelona.

D'altra banda, és precís parlar dels buits de mercat que s'han descobert en regions territorials inactives. En aquests casos, les institucions han trobat a través de les comissions fílmiques una manera de reactivar el territori. Fomentant els espais, sobretot exteriors, amb els que compten i la facilitat de poder-hi rodar degut a la

---

inactivitat del seu entorn, han aconseguit atraure productores no només nacionals sinó també internacionals que els han escollit per a les seves produccions. Un exemple és el cas ja mencionat de Terol, on produccions de gran renom com *Incerta Glòria* (Agustí Villaronga, 2017) o *spots* comercials per a grans marques com Audi, Ikea o EA Sports, han estat rodades en els seus deserts i carreteres. A Catalunya identifiquem aquest fenomen, per exemple, en la comarca del Maresme. Una zona que compta amb un extens espai de costa poc actiu durant l'època hivernal del que se n'ha aprofitat el potencial cinematogràfic.

Per finalitzar amb les conclusions d'aquesta recerca, s'exposen les idees extreïdes de l'anàlisi quantitativa de la filmografia de la Catalunya Film Commission de l'any 2019. Val a dir que aquesta interpretació de dades ha sigut una petita pinzellada de la intenció inicial del projecte. Sent conscient de la superficialitat de la informació analitzada, s'ha de posar atenció en les idees que se'n poden extreure. Primerament, cal destacar la internacionalització progressiva que està patint el territori català, volent mantenir tot i així un alt percentatge de produccions autòctones, la qual cosa és una mostra de la potent activitat audiovisual del país. I en segon lloc, és indispensable parlar del domini de Barcelona com un atractiu primordial de produccions audiovisuals. Un fet que aporta ressò, de rebot, a la resta del territori català i a la seva pluralitat paisatgística.

Així doncs, és aquí on conclou aquest estudi. Lluny de considerar-se un manual de producció, s'ha intentat configurar una suport teòric i certament acadèmic amb la intenció de posar al centre la tasca dels localitzadors cinematogràfics i que es podria resumir breument amb l'afirmació de Jaume Jordana:

“Som els que obrim camí”

---

## 7. FONTS CONSULTADES

### 7.1. Bibliografia

Bazin, A. (2017) *¿Qué es el cine?* (12ª ed.) Madrid: Rialp

Canet, F. i Prósper, J. (2009) *Narrativa audiovisual. Estrategias y recursos. Madrid: Síntesis*

Custodio, A. (2017). *Narrativa Audiovisual* [Material de l'aula]. Comunicació Audiovisual, Universitat Autònoma de Barcelona, Cerdanyola del Vallès, Espanya.

García Jiménez, J. (1993). *Narrativa Audiovisual*. Madrid: Cátedra

Gaudreault, A. i Jost, F. (1995) *El relato cinematográfico*. Barcelona: Paidós Ibérica

Lumet, S. (2000) *Así se hacen las películas* (2ª ed.) Madrid: Rialp

Orozco, M. i Taibo, C. (2014) *Manual básico de producción cinematográfica* (2ª ed.) México DF: CUEC

Rizzo, M. (2007) *Manual de dirección artística cinematográfica*. Barcelona: Ediciones Omega.

Vidal, N. (2015) *Scouting in Catalonia*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Departament de Cultura. ICEC.

### 7.2. Webgrafia

90 seconds (2020) *What is a location manager?* Recuperat de <https://90seconds.com/what-is/location-manager/>

Alocat. Associació localitzadors de Catalunya. *Serveis*. Recuperat de <http://www.alocat.cat/>

Arjona, F. (2014) *Cine – El equipo humano en una producción cinematográfica*. TRNGL Entertainment. Recuperat de <http://www.triangleofficial.com/29-el-equipo-humano-en-una-produccion-cinematografica/#.YKv2mJMza1t>

---

Barcelona Film Commission (2020) *Vols conèixer les localitzacions de 'Killing Eve' a Barcelona?* [Imatge] Recuperat de

<https://www.bcncatfilmcommission.com/ca/noticies/vols-con%C3%A8ixer-les-localitzacions-de-killing-eve-barcelona>

Barcelona Film Commission (s.d) *Las Niñas*. Filmografia. [Imatge] Recuperat de

<https://www.bcncatfilmcommission.com/es/films/las-ni%C3%B1as>

Barcelona Film Commission. *Filmografia*. Reuperat de

<https://www.bcncatfilmcommission.com/ca/filmography>

Beamos Producción (2016) *El trabajo de location manager*. Recuperat de:

<http://beamos.es/el-trabajo-de-location-manager/>

Catalan Films & TV (2020) Sitges Industry Hub 2020 I Producción virtual vs. producción física. [Vídeo] Recuperat de <https://vimeo.com/470098326>

CCMA (2017) Localitzacions – En sèrie [Imatge – Vídeo] Recuperat de

[www.ccma.cat/tv3/alcanta/en-serie/localitzacions/video/5664043/](http://www.ccma.cat/tv3/alcanta/en-serie/localitzacions/video/5664043/)

Cine & Tele (2020) *APCP anuncia los nominados a sus premios y más ponentes para sus jornadas*. Recuperat de <https://www.cineytele.com/2020/11/04/apcp-anuncia-los-nominados-a-sus-premios-y-mas-ponentes-para-sus-jornadas/>

<https://www.cineytele.com/2020/11/04/apcp-anuncia-los-nominados-a-sus-premios-y-mas-ponentes-para-sus-jornadas/>

Ibañez, Álvaro (2020) «*The Mandalorian*» y cómo nuevas herramientas muestran el camino para abaratar la producción de los efectos visuales. Tecvolution. [Imatge]

Recuperat de <https://tecvolucion.com/the-mandalorian-y-sus-nuevas-herramientas-de-efectos-visuales/>

Johns, N (2014) *Location Managers Guild Sets Inaugural Awards*. Variety.

Recuperat de <https://variety.com/2014/film/awards/location-managers-guild-sets-inaugural-awards-1201122514/>

Location Managers Guil Internacional (s.d) *About the LMGA Eva Monley Honorary Award*. Recuperat de

<https://locationmanagers.org/about-the-lmga-eva-monley-honorary-award/>

---

Location Managers Guil Internacional (s.d) *Who we are*. Recuperat de <https://locationmanagers.org/>

López G, V. (2019) *'The Mandalorian': así funciona Stagecraft, la revolucionaria tecnología con la que se ha rodado la serie de Disney+*. Recuperat de <https://www.espinof.com/series-de-ficcion/the-mandalorian-asi-funciona-stagecraft-revolucionaria-tecnologia-que-se-ha-rodado-serie-disney>

Masterclass Staff (2021) *Location Scouting Guide: How to Scout Locations for a Film*. Recuperat de <https://www.masterclass.com/articles/how-to-scout-locations-for-a-film#6-things-to-consider-when-scouting-locations>

Masterclass Staff (2021) *Martin Scorsese's Top 3 Tips for Location Scouting*. Recuperat de <https://www.masterclass.com/articles/martin-scorseses-top-3-tips-for-location-scouting#martin-scorseses-top-3-tips-for-location-scouting>

Masterclass Staff (2021) *What a Location Manager Does and How to Become a Location Manager*. Recuperat de <https://www.masterclass.com/articles/film-101-what-is-a-location-manager-understanding-what-a-location-manager-does-and-how-to-become-a-location-manager#quiz-0>

Moises Torné Biayna. (s.d) [Imatge] Recuperat de <https://www.moitorne.com/>

Osácar, E. (2009) Del turismo y el cine al turismo cinematográfico. Revista *Her&Mus* (2), 18 – 25. Recuperat de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3635844>

Palau Robert. *Scouting in Catalonia*. I Exposicions – Jardí. (2015) Recuperat de <http://palaurobert.gencat.cat/ca/exposicions/jardi/2015/scouting-in-catalonia-00001/index.html>

Qestudio (s.d.) *Técnico en localizaciones cinematográficas*. Recuperat de <https://www.qestudio.com/tecnico-localizaciones-cinematograficas-7077/>

Sánchez Andrada, J. (2009) El espacio: un problema pendiente en la teoría narrativa del discurso audiovisual. *Revista Icono 14* (12), 281 – 291. Recuperat de <https://icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/download/346/223/>

---

Sanchez, J. i Lapaz, L. (2018) *El relat i la narració*. Narrativa audiovisual. UOC.

Recuperat de

[http://cv.uoc.edu/annotation/3ba2dd270dec7ae9fbdca260b1ce78a5/728822/PID\\_00249089/PID\\_00249089.html](http://cv.uoc.edu/annotation/3ba2dd270dec7ae9fbdca260b1ce78a5/728822/PID_00249089/PID_00249089.html)

Sarabia, I. i Sánchez, J. (2019) La figura de la Film Commission en la puesta en valor de los recursos audiovisuales técnicos y profesionales de un territorio en España. *Tourism & Heritage Journal* (1), 113 – 132. Recuperat de

<https://revistes.ub.edu/index.php/tourismheritage/issue/view/2172/showToc>

### **7.3. Entrevistes**

Guerrero, C. i Boixader, L. 2020. Entrevista realitzada a les responsables de la Catalunya Film Commission el dia 10 de desembre de 2020. Online, via Teams.

Guiu, M. 2021. Entrevista realitzada a la coordinadora de la Barcelona Film Commission el dia 7 de maig de 2021. Via telefònica.

Torné, M. 2021. Entrevista realitzada al localitzador i creador d'ALOCAT el dia 18 de maig de 2021. Via telefònica.

Jordana, J. 2021. Entrevista realitzada al localitzador, fotògraf i professor de l'ESCAC el dia 6 de maig de 2021. Via telefònica.

Miró, J. 2021. Entrevista realitzada al localitzador el dia 5 de maig de 2021. Via telefònica.



---

## 8. ANNEXOS

### 8.1. Entrevista CARLOTA GUERRERO i LAIA BOIXADER

**Responsable de la Catalunya Film Commission i tècnica de gestió, respectivament.**

*Entrevista realitzada online via Teams, el dijous 10 de desembre de 2020.*

#### 1. Què és la Catalunya Film commission i d'on forma part?

**Carlota:** La Catalunya Film Commission és una corporació que forma part de l'ICEC, l'Institut Català d'Empreses Culturals, formada per un conveni entre l'ajuntament de Barcelona i el Departament de Cultura de la Generalitat.

Dins la comissió fílmica hi estan registrats més de 200 municipis catalans que posem a disposició del sector.

#### 2. Quina és la seva funció?

**Laia:** El nostre principal objectiu com a corporació de caràcter públic és facilitar la feina al sector audiovisual. D'una banda, funcionem com un recolzament per a les productores duent a terme trobades prèvies als rodatges amb els equips de les diferents produccions per donar un cop de mà a l'hora de trobar les localitzacions idònies.

**C:** D'altre banda, fem també una funció de caràcter divulgatiu visibilitzant arreu del territori europeu i internacional els escenaris que Catalunya posseeix. En aquesta direcció fem captació de rodatges a fires internacionals, on productores d'arreu del món que s'interessen pel nostre territori, troben una manera de crear ponts i facilitar el fet de rodar aquí. Diguéssim que som l'òrgan promotor de les localitzacions d'aquí.

**C:** Un cop les productores prenen la decisió de rodar a Catalunya, nosaltres els hi donem les eines per facilitar les gestions amb l'administració per tal d'aconseguir els diferents permisos i agilitzar la preproducció.

---

### **3. Llavors, què és el que us diferencia de la Barcelona Film Commission?**

**C:** Principalment, les taques que fem ja son diferents. A la Barcelona Film Commission fan una tasca més logística i són qui fa de pont entre les productores i els diferents departaments de l'ajuntament perquè els hi acceptin els permisos. Val a dir que sent realistes, el nucli de rodatges que es fan a Catalunya es troba a Barcelona. Fins i tot m'atreviria a dir que gran part dels rodatges que es fan a Espanya també. S'hi duen a terme una mitjana de 3.000 rodatges l'any. És per això que cal centralitzar el volum de feina i que una entitat aliena gestioni únicament els rodatges de la capital.

### **4. Què és i com sorgeix el projecte *Scouting Catalonia*?**

**C:** L'any 2015 una quantitat de professionals del sector de les localitzacions es van agrupar amb la finalitat de visibilitzar i apropar a la indústria audiovisual la seva feina. D'aquí va néixer la idea de encarar un projecte que exposés al públic i a tot el gremi els espais amb els que compta Catalunya i les produccions que s'han dut a terme aquí. Així com fer una mirada al passat i entendre com ha canviat la manera de localitzar.

**C:** Es va demanar a la periodista i crítica cinematogràfica Núria Vidal que fes la feina de redactat i adquirís la funció de comissària del projecte. Juntament amb ella, jo vaig ser qui va coordinar la col·laboració de la resta de professionals. La idea era fer un projecte "omnidireccional", és a dir, pensat per arribar als diferents municipis i les seves institucions, per tal que s'adherissin al nostre catàleg, però també per mostrar als consumidors i espectadors la riquesa de la nostra regió.

### **5. Què és Catalan Films & Tv?**

**C:** Catalan Films és un programa que forma part i està creat per l'ICEC. És un projecte que té la funció de promoure als mercats internacionals les produccions fetes a Catalunya. La intenció és també activar les coproduccions i la distribució de projectes realitzats per equips catalans. Nosaltres treballem amb ells mà a mà quan marxem als mercats internacionals.

---

**6. Existeixen *film commissions* per zones territorials a part de les que es troben a les capitals de província? Es gestionen de manera pública o privada?**

**C:** Si, a les zones que compten amb més volum de produccions s'han anat generant varies *film commissions* al llarg dels anys per tal de facilitar la feina del sector. Algunes d'elles són la Maresme Film Comission o la NODE Film Clúster Costa Barcelona. Aquesta última, tot i formar part del Consell Comarcal del Garraf, gestiona tant espais públics com privats.

**7. Considereu que és possible la convivència de les produccions virtuals i els avenços en termes d'efectes especials, amb les localitzacions i el sector de l'*scouting*?**

**L:** Aquest és un debat que s'ha tractat força dins de la indústria. Són dos departaments que poden conviure sense problema, però s'ha de reconèixer que és un avenç que posa en un segon pla o, millor dit, en paral·lel, la necessitat dels dos sectors.

A l'últim Festival de Sitges vam organitzar una taula rodona amb varis professionals del sector per tractar aquesta qüestió. El principal objectiu era qüestionar quin efecte pot acabar tenint la irrupció d'aquesta nova manera de produir ja no només en clau de producció i planificació audiovisual, sinó també en la narrativa.

De la producció virtual en sabem molt poc fins ara, per això cal plantejar-se en quin punt s'introdueix en l'ecosistema audiovisual. L'hem de reconèixer com una nova eina que ha de proporcionar-nos noves maneres de fer cinema i permetre als equips prendre decisions i ajudar a acotar grans pressupostos.

---

## 8.2. Entrevista JAUME MIRÓ

### ***Location scout* i fotògraf**

*Entrevista realitzada via telefònica, el dimecres 5 de maig de 2021.*

#### **1. Com definiries la teva professió?**

Els *location scouts* som qui troba els espais que el director d'un projecte et presenta en el seu *briefing* respectant el tractament que ell li vol donar. Un localitzador tracte d'interpretar amb allò que li pugui funcionar millor a la idea narrativa i tot dependrà del toc que el director hagi ideat donar-li.

#### **2. Tens una manera diferent de treballar quan és una pel·lícula a diferència de quan és un spot?**

En una pel·lícula el procés és més llarg, tens més temps per crear, tens un contacte directe amb el director. En publicitat, en canvi, el teu contacte directe és amb el client (la marca) i l'agència i en la majoria de treballs, les localitzacions les escullo segons les que tinc registrades en el meu arxiu. Els hi presento varies de les que tinc arxivades i si no els hi fan el pes és quan estableixo contacte amb altres propietaris per apropar-me a aquell espai i presentar-los-hi noves opcions.

#### **3. Treballes de manera autònoma o formes part d'alguna productora amb le que treballes de manera “permanent”?**

Jo sóc autònom i la majoria de localitzadors del sector també. Tot i així, hi ha persones que contractades sempre per una productora i que només participen en els seus projectes únicament. Sobretot en els casos del *location manager*, qui gestiona la part més propera a la producció de les localitzacions. A diferència dels *scouts* que ens encarreguem de la part creativa. Actualment, moltes productores han volgut unir les dues tasques i és el *location manager* qui s'encarrega de tot.

#### **4. Com a *location scout* quin és el procediment que segueixes a l'hora de localitzar?**

---

Jo llegeixo primerament les idees que el director presenta en el *briefing*, consulto les imatges d'arxiu de les diferents localitzacions però normalment la major part del temps estic visitant espais i buscant els més adients per cada projecte.

I un cop el director les aprova, passo aquests espais als *location manager* o a la productora i són ells mateixos qui acaben de tancar el contacte i el contracte amb la localització.

### **5. Quina relació té el localitzador amb el departament d'art?**

Els directors d'art, tant en publicitat com en cinema, tenen molt a dir a l'hora d'escollir els escenaris. En *spots* de televisió, al ser equips més reduïts, amb qui acabo tenint jo més contacte és amb el director i amb el productor del projecte.

En el cas del cinema, molt cops el localitzador sí que es troba dins del departament d'art. Jo tinc en un inici un primer contacte amb el director que és qui em fa arribar el guió del film i deixa clar quin to vol donar-li, però un cop la idea presentada, el meu contacte de referència i amb qui treballo directament és amb el director d'art. Ell és l'encarregat de presentar les localitzacions al director i és qui em dona a mi la base per treballar.

### **6. Parlem de les film commissions. Sota el teu parer, quin paper juguen en el sector de les localitzacions? I quina relació hi tens tu com a *location scout*?**

Segons com, cal que cada agent que intervé a l'hora de localitzar tingui uns límits en els que actuar i considero que s'ha de vigilar amb el nivell de intromissió que corporacions públiques com aquesta poden tenir en el gremi. Val a dir que és una eina d'ajuda per a la producció perquè facilita la feina a l'hora de localitzar. Estan pensades per promocionar espais públics on poder rodar, però cal vigilar quan es promocionen espais privats que són de propietaris aliens i tenir cura amb la protecció de dades de cadascun dels espais.

### **7. Quan treballes per una producció a gran escala, qui conforma el departament de localitzacions i com es crea?**

El treball de localitzar es coordina entre varies persones. D'una banda la feina que fem els *scouts*, que es duu a terme 2 o 3 mesos abans del rodatge quan a

---

l'equip només hi ha el director, el productor, el director d'art i el de fotografia. Un cop presentades i acceptades les localitzacions, les passa a gestionar el manager, però cal que sigui més d'un sol per poder dur a terme una bona gestió a temps, ja que s'han de fer simultàniament varies gestions i a la vegada estar presencialment durant els rodatges. Per tant, finalment el departament estarà format pels *scouts*, jo generalment treballo sol però poden haver-hi més d'un, el manager principal i els que ell hagi agafat de reforç.

Alguns cops treballes tu des de l'inici de la producció i més endavant pot caure una localització i quan tornes a l'equip per proporcionar-los-hi una alternativa, ja hi ha molta gent nova al departament.

**8. Quan treballes en una producció on es roda també fora de Catalunya o en zones que no són tan conegudes per tu, compteu amb una unitat de localitzadors allà?**

Generalment, si rodem a espais que jo no conec el que es fa és contactar i buscar algun local de la regió, localitzador o no, que gestionarà i contactarà amb els propietaris de les localitzacions escollides. Igual que algun cop m'han contractat a mi localitzadors de produccions americanes que busquen escenaris aquí.

**9. Consideres que amb els anys ha canviat la manera de localitzar?**

Anys enrere, jo treballava exclusivament per publicitat, per tant si que he notat un canvi ara que treballo en projectes cinematogràfics on tot es fa amb més temps i és una dinàmica més pausada que en publicitat on tot havia de ser immediat i s'havia de comptar sempre amb marge pels canvis d'última hora.

En quant a l'evolució amb els anys és molt clara la facilitat que hi ha ara per localitzar a diferència d'abans. Quan jo vaig començar pràcticament no hi havia ni internet, cosa que ara tot ho pots trobar a la xarxa. En el seu moment estaves localitzant durant una setmana sencera o deu dies. Ara mateix en dos o tres dies ho tens fet, també perquè l'experiència fa molt, cal dir, i tens el recolzament i la facilitat per treballar que et dona per exemple la film commission. Malauradament pel sector, el fet de que tot s'hagi informatitzat fa que qualsevol pugui localitzar perquè tot ho pots trobar per Google Earth i gairebé conèixer els espais sense

---

visitar-los. Personalment puc afirmar que actualment la nostre feina està desapareixent i clarament s'està acabant.

Cal tenir en compte que petites empreses i agències privades de localitzacions s'estan consolidant i "envaint" el sector, la qual cosa no ens beneficia. Han aparegut molts agents que son els que gestionen els contractes de certs escenaris perquè al cap i a la fi és un món on tot es mou pels contactes que tinguís.

Jo sóc autònom i no tinc la necessitat de lligar-me a cap empresa ja que trobo que és la millor manera de treballar. Sóc partidari de defensar la feina del localitzador com a pròpia i donar valor al que fem de manera autònoma. Són moltes les habilitats que necessita un localitzador: saber buscar on cal o saber enquadrar quan vas a visitar un espai i vols capturar-lo de la manera més realista possible.

En positiu et diré que aquest últim any hi està havent molta més feina ja que les plataformes digitals amb la situació de la pandèmia s'han quedat en certa mesura sense contingut i volen produir molt de nou.

---

### 8.3. Entrevista JAUME JORDANA

***Location scout, professor de l'ESCAC i fotògraf***

*Entrevista realitzada via telefònica, el dijous 6 de maig de 2021.*

#### **1. Com definiries la teva professió? Què és un localitzador?**

Tractem de trobar els millors espais possibles per un projecte determinat, sempre tenint en compte una sèrie de condicionants. Estem en funció d'una història a la qual hem de trobar els espais més pròxims al que s'ha imaginat, a través de l'explicació en un *briefing* i del guió. La nostra feina és un treball d'equip ja que estem molt lligats a altres departaments: el de direcció, art i producció.

Jo ja fa deu anys que únicament em dedico a l'*scout*, ja no duc a terme tota la gestió posterior de la que s'encarreguen els *managers*. Però sempre és necessari tenir una base i haver estat prèviament en rodages i gestionar tota aquesta altra vessant entorn a la producció. És llavors quan adquireixes els coneixements suficients per fer un bon *scouting*.

#### **2. En quin moment t'afegeixes a la producció?**

Sóc dels primers en afegir-me un cop la fase d'escriptura del guió està acabada. El realitzador duu a terme el desenvolupament, el productor determina un finançament i llavors entrem els tècnics: la direcció artística i jo.

En molts casos, en projectes de molt pressupost, comencem fins a sis mesos abans només dues persones.

#### **3. Llavors, quina relació té el localitzador amb el departament d'art?**

Jo considero que el departament de localitzacions és un departament per si sol, unipersonal. Això sí, dins del rodatge depenem del departament de producció. En la preproducció en canvi, el meu cap és el director d'art. És amb qui treballo mà a mà. Però sempre l'estructura de l'equip sempre depèn del projecte. És ambivalent.



---

#### **4. D'on treus les referències per als projectes en els que treballes?**

##### **Sempre vas a localitzar nous espais?**

Per publicitat treballo amb els recursos d'arxiu. Quan surto a localitzar és pels projectes de ficció i tot el que trobo em proporciona una base i un gran volum de recursos per presentar i posar al servei dels projectes publicitaris. Això passa sobretot amb espais interiors. Amb els espais exteriors si que és adequat apropar-se a l'espai i fotografiar-lo de nou perquè sempre pot haver canviat en referència al que tu tenies.

Les propostes sempre es presenten depenent d'un *briefing* artístic que ha confeccionat la productora o l'agència. A partir d'això, jo els faig arribar unes vuit o deus opcions perquè ells facin la tria. Però mai faig la funció d'agència.

Quan vaig començar a treballar, en canvi, era tot més manual. Tu començaves un projecte i no tenies arxiu ja que tot eren negatius fotogràfiques, per tant cada vegada començaves de zero. Amb les eines actuals que trobem a internet, en canvi, ho faciliten tot més, però d'altra banda a l'haver-hi un accés tan senzill et demanen sempre un *plus* i no simplement presentar allò al que qualsevol pot arribar.

#### **5. En una producció mitjanament gran de ficció, tu et llegeixes el guió?**

Normalment acostumo a llegir-me'ls, perquè sinó suposa una tasca molt difícil poder contextualitzar la història. Hi ha sèries en les que per exemple jo no vull ser contractat per la productora, és a dir que treballo de manera autònoma. Per tant, per contracte, no puc llegir-me el guió. En aquests casos acabo basant-me en les bíblies i els *briefings* del director d'art.

En altres casos, com per exemple m'ha passat recentment amb la sèrie *El Inocente*, els guions de cada capítol eren tan llargs que he sigut incapaç de llegir-me'ls. En projectes en els que queden varis mesos per rodar, si que tinc prou temps per llegir-me els guions amb calma i començar a idear. Evidentment, en una pel·lícula de una hora i mitja, per descomptat que és necessari fer una lectura del guió, perquè sinó no saps en què t'estàs basant. En cinema, personalment jo sempre recomano fer-ho. En sèries trobo essencial fer una lectura dels 2 o 3

---

primers capítols, que és on es presentaran aquests espais. Més endavant els espais s'aniran repetint així que no és essencial.

## **6. Treballes de manera autònoma? I com crees l'equip de localitzacions?**

Si, jo sóc autònom però també puc treballar sent contractat per la productora. Depèn sempre de la seva política. Si la pel·lícula suposa un gran volum de feina si que treballo amb un o més ajudants, o dos *scouts* treballant al mateix nivell, com molts cops he fet amb en Jaume Miró. Recentment hem treballat junts localitzant per a la pel·lícula *Centauro* de Daniel Calpasoro que s'estrenarà a Netflix.

Jo sóc qui crea i coordina l'equip de localitzacions en base a uns temps i uns objectius, tant la feina d'*scouts* com de *managers*. Sempre acabo treballant viatjant d'una localització a una altre i acostumo a fer-ho amb un ajudant per distribuir-nos la feina. Tot i així, acaba sent una feina molt autònoma on tu vas per lliure i depens molt del teu arxiu i dels teus coneixements.

## **7. En el cas d'un projecte que es rodi en varis zones, com s'estructuren les diferents unitats del departament de localitzacions?**

El meu camp d'actuació és normalment Catalunya i voltants, és a dir Aragó i el nord de Valencia. Anys enrere, durant els anys 90, jo viatjava molt més que ara per tota Europa. Actualment el sector és molt més especialitzat per territoris. Tu viatges però només a on arribes en cotxe. En el cas de rodar més lluny es treballa amb algú local que està especialitzat o es coneix la zona i es treballa en paral·lel.

## **8. Podríem dir llavors que fa uns anys éreu molts menys en el sector, per tant, no us podíeu especialitzar de la mateixa manera que es fa ara?**

Quan jo vaig començar, acabava de sortir d'estudiar Comunicació Audiovisual a la UAB i més tard Estudis Fotogràfics a l'IEFC. En aquell moment vaig començar a treballar en producció i jo gairebé no sabia que existia una vessant que era el món de les localitzacions. Existien dos localitzadors comptats: el Toni Duch, el que és actualment el president d'ALOCAT, i la Mar Francolí, la gran veterana del

---

sector de la que tots hem après. Actualment ja som uns 50 únicament en l'àmbit català.

### **9. Estan molt diferenciats els rols que agafa cadascú en el departament de localitzacions?**

Hi ha molta gent que ho fa tot: treballa d'*scout* i a la vegada fa totes les gestions d'un *location manager*, però acaba sent una feina molt absorbent. Jo opino que és molt millor centrar-se en una de les tasques, perquè sempre t'acabes professionalitzant molt més d'un sol àmbit. Si fas les dues funcions, molts cops et limites en una cosa per tenir temps de gestionar l'altre.

### **10. Com veus actualment el sector dels localitzadors?**

Fins fa poc, la publicitat era la que aguantava el nostre gremi. A dia d'avui ho fan les plataformes que són les que necessiten generar nous continguts de ficció, sobretot de sèries. Netflix, HBO, Amazon són els nostres principals clients ara mateix.

Jo considero que a la professió encara li queden anys, al final amb tanta informació un sol productor no pot gestionar-ho i necessites d'algú que filtri tota aquesta informació.

Ara cada vegada s'estan rodant menys en exteriors perquè s'està produint gràcies als efectes especials com per exemple amb pantalles de leds, la tècnica de l'*stagecraft* amb la que s'ha rodat *The Mandalorian*. Aquests recursos faciliten els rodatges, això estpa clar. Tot i així, sempre hi haurà d'haver algú que localitzi les imatges que apareixeran al fons i a més a més, la majoria de directors són encara reticents a treballar per complet en plató. Per tant, sempre es necessitarà de la nostra feina, potser no en la mateixa mesura que ara o que fa uns anys, però sí que hi serem.

---

## 8.4. Entrevista MONTSE GUIU

**Coordinadora d'oficina de la Barcelona Film Commission.**

*Entrevista realitzada via telefònica, el divendres 7 de maig de 2021.*

### **1. Què és la Barcelona Film Commission i quina és la seva funció en el món audiovisual?**

La Barcelona Film Commission adquireix la funció d'una *film office*, és a dir, és qui facilita i ajuda a gestionar els permisos que l'ajuntament concedeix a les productores per ocupar l'espai públic perquè en facin un ús privat. Concretament, rodar. Des de les *film office* ajudem en tots els tràmits que s'han de fer en l'administració pública per poder rodar, fent de pont entre les productores i els diferents departaments de la institució pública.

No sempre se'ns pot considerar una comissió fílmica, ja que aquestes normalment aporten subvencions a la producció, donen ressò a les produccions locals, entre d'altres. És en aquest aspecte on ens diferenciem de la Catalunya Film Commission. A part d'abraçar un territori molt més gran, fa unes tasques on hi tenen més competències. En el nostre cas, el nostre marge d'acció és la ciutat de Barcelona.

El que a nosaltres ens interessa, per descomptat, és atraure produccions a Barcelona. Però som conscients que la majoria de produccions internacionals quan venen a rodar aquí, voldran rodar a Barcelona però també a altres espais fora de la ciutat que donen molt de joc com pot ser Montserrat, Sitges o l'Aeroport del Prat. Nosaltres, per tant, ens complementem.

### **2. D'on forma part la Barcelona Film Commission?**

Formem part de l'Institut de Cultura de Barcelona, el qual està englobat dins de l'Ajuntament de Barcelona. En el seu moment, quan la oficina va néixer a finals dels anys 90, s'anomenava Barcelona Plató ja que en aquell moment, però, no s'havia estandarditzat tant el concepte de *film commission* o *office* en el territori espanyol. Més tard va néixer la Catalunya Film Commission, que forma part de l'ICEC, i amb els anys, per tal de facilitar i acomodar les gestions d'ambdues, es van unir a través d'un acord. Però més endavant conclouen que el més útil és

---

treballar per separat, cosa que hem fet fins l'actualitat. No obstant, seguim compartint l'espai web per facilitar l'apropament al client.

### **3. Quin és el treball que feu per a les produccions?**

Nosaltres considerem una producció com la unitat mínima de creació. Aquesta pot ser tant en moviment (film) com estàtica (fotografia) i va des d'una sessió de fotos per a una comunió, fins a la producció de *Vicky, Cristina, Barcelona*, i nosaltres treballem per a tots dos volums de produccions. Un rodatge ocupa espais públics de manera puntual, no és una activitat cíclica, per tant cal realitzar-la convivint amb la ciutadania i sense frenar la vida de la ciutat.

### **4. Quins creus que són els atractius que tenen les localitzacions de Barcelona i el motiu pel que es roda tant aquí?**

Cal deixar clar que les localitzacions són el principal element de venda o d'alguna manera, el producte, de les *film commissions* i el que fa que es distingeixin de les altres. A banda d'això, una localització es podrà vendre també per allò al que es pot assemblar.

Hi haurà produccions que voldran venir a Barcelona per gravar a la Sagrada Família perquè l'història s'esdevé a la Barcelona real, però molts cops vindran a gravar aquí perquè una zona es pugui fer passar per un altre. Aquest és un valor potencial que tenim a casa nostra que cal destacar.

### **5. Els espais que presenteu com a catàleg de localitzacions no són només públic si no que també compteu amb espais privats.**

El que fem és posar al nostre "aparador" internacional tot allò que es podrà trobar aquí, tant espais públics com privats. En la majoria de les localitzacions públiques, a la web es presenta de manera que per produccions de tipus cultural la Barcelona Film Commission ajuda a dur a terme tots els tràmits necessaris. En canvi, en produccions de caire comercial, al ser un ritme de producció més ràpid, en comptes de passar per nosaltres ja es va directament a fer les gestions dels permisos amb els departaments de l'ajuntament pertinents.

En el cas de les localitzacions privades, nosaltres ni tan sols intervenim. El contacte que troben a la web és directament el del propietari o el de l'agència

---

que gestiona aquell espai. En conclusió el que fem és donar a qui vulgui exposar un espai propi per rodar, la opció de que el presenti en el nostre catàleg. Així ajudem de manera transversal a donar a conèixer els espais del propietari i a la vegada facilitar l'accés i la troballa de les productores que no coneixen la zona.

Val a dir que s'està fent un replantejament en quant als espais que publiquem a la web ja que és una informació molt accessible i pot arribar a ser utilitzada de manera contraproductiva.

#### **6. El vostre contacte directe amb les productores són els *location managers* o ho fan des del departament de producció?**

Des del meu parer, aquí hem volgut adquirir conceptes que a la indústria de Estats Units estan molt marcats i diferenciats, però que aquí és difícil d'aconseguir. Amb això el que vull dir és que els càrrecs d'una producció sempre acaben sent molt ambigus.

Per tant, el que acaba passant és que depenent del tipus de producció la persona que contacta amb nosaltres pot variar. Els propis *scouts* rarament són els que contacten amb nosaltres. Qui gestiona els permisos normalment és el *line producer* o l'ajudant de producció. En altres casos també ens poden contactar els *location managers* per facilitar les gestions que estiguin duent ells a terme i per donar-los-hi un cop de mà. En les produccions internacionals, per exemple, qui vol contactar i presentar-se primer és el productor del projecte. Vull dir que és totalment variant.

#### **7. Quina seria la teva valoració del Balanç de 2019?**

Les dades que extraïem de tot l'any és un tema força relatiu i complicat de tractar. Analitzar un informe de l'activitat fílmica és complicat i l'exposició de les dades és una agrupació que pot arribar a ser confosa. En aquest sentit es té en compte la quantitat i no la qualitat. No té res a veure la implicació que suposa una sessió fotogràfica de comunitat que el rodatge de *Vicky, Cristina, Barcelona*, com et deia abans.

Cal plantejar sempre, i òbviament amb un punt d'especulació, sobre el perquè de la davallada de rodats respecte l'any anterior, 2018. Si analitzem a fons

---

cada percentatge veurem que unes produccions incrementen i d'altres, al contrari, disminueixen. És el moment de plantejar-nos per què: per la tendència en quant a formats que hi havia en aquell any; perquè les productores d'aquí han tendit a fer projectes d'un gènere concret; perquè les productores estrangeres prefereixen el nostre espai per certs formats, etc.

Cal destacar, per exemple, que l'any 2020 es va poder rodar al centre de les Rambles de Barcelona gràcies al canvi dràstic d'afluència de gent a la ciutat, cosa que mai s'hagués pogut ni plantejar. És a dir que hi ha situacions complicades que també poden beneficiar la nostra feina.

#### **8. Les produccions que es roden aquí són relats que esdevenen a la Barcelona real o, en canvi, us trobeu en molts casos en que l'espai "es fa passar" per un altre?**

Barcelona té la propietat d'agrupar molta varietat de zones tant urbanes com més rurals, això està clar. Per tant, és una de les principals coses que atrau de la ciutat. Tot i així, nosaltres mai tenim constància exacte de qui ús se'n fa de cada localització.

Però si et busco un exemple, en el cas de la sèrie *Foodie Love* (HBO), la sèrie de la Isabel Coixet, es va rodar gairebé tota a Barcelona i des de la productora ens van fer saber que volien que aparegués la ciutat i treure-li el major profit. Tot i així, un cop veus la sèrie no es reconeix per enlloc que és Barcelona, a no ser que en siguis conscient. Perquè te'n facis una idea, ni els taxis que apareixien a la sèrie eren d'aquí.

També va haver-hi un cas l'any passat, per exemple, en el que ens van contactar l'equip de la sèrie *Patria* (HBO) perquè necessitaven rodar en una presó una de les últimes seqüències del rodatge. Van acabar venint a rodar a la Model, fent-la passar per una presó andalusa.

D'altra manera, les sèries *Hannah* (Netflix) o *Killing Eve* (HBO) són dos exemples de peces que han retratat i captat Barcelona d'una manera meravellosa i impecable i que l'acció narrativa sí que s'esdevenia aquí.

---

## 8.5. Entrevista MOISÉS TORNÉ

### ***Location manager, scout i creador d'ALOCAT***

*Entrevista realitzada via telefònica, el dimarts 18 de maig de 2020.*

#### **1. En l'àmbit de la publicitat, com treballa un localitzador i quines són les seves funcions?**

En el seu moment, quan jo vaig començar, el càrrec de localitzador en publicitat no existia. La feina del localitzador la feia l'auxiliar de producció, normalment. Ara ha anat agafant molta més importància, ja que el sistema de rodatge d'un *spot* ha evolucionat i ara està tot molt més estructurat i pautat, a diferència d'abans que tot es feia més "sobre la marxa". Amb el temps la peça del localitzador s'ha acabat convertint en una peça bàsica.

Considero que en el sector és clau especialitzar-se. Com més especialitzat estiguis, millor ho faràs. Jo per exemple em vaig especialitzar en fotografia de cotxes ja que és dels espais que donen més diners en el món publicitari. És un sector on la logística ha de ser molt precisa i no es pot malgastar el temps. Es fan estudis de llums per saber exactament l'hora en la que rodar, tenir en compte tots els detalls que determinen l'entorn on es rodarà, l'aparcament, etc.

En publicitat la única cosa que no està permesa és l'error. Per tant, la funció principal del localitzador és preveure qualsevol problema i qualsevol necessitat que tingui la producció. Hem de trobar l'equilibri entre satisfer al client o a la productora i a la vegada controlar l'espai que estem ocupant respectant les condicions del propietari.

En quant a relacions, la publicitat és molt jeràrquica. Jo tinc contacte amb el cap de producció o amb el *producer*, però no acostumo a tenir contacte directe amb el director ni el client. I diguéssim que a diferència del cinema, en publicitat el tracte no és tan "humà" sinó que és molt més exigent i directe.

#### **2. Tal com dus a terme el procés de treball, diguéssim que fas la tasca tan de *location manager* com de *location scout*?**

Si. Molts companys prefereixen centrar-se en una sola funció: treballar en la preproducció i en el procés de recerca o treballar en el rodatge. Però en publicitat és molt més útil i s'aprecia més per part de la productora si avarques ambdues



---

funcions: si ets tu mateix qui ubica els espais i qui fa de contacte amb els agents propietaris i la producció. Segons el volum de feina que hi hagi podrà variar perquè llavors en podem ser tres o quatre.

### **3. Com i quan neix ALOCAT? I amb quina finalitat?**

L'any 2011 vaig tornar de treballar de l'Argentina i un cop vaig reincorporar-me al sector em vaig adonar d'algunes mancances. Sobretot en termes econòmics, trobava que no hi havia igualtat entre els contractes de cadascú. Però també ens faltava unificar la nostra feina i compartir necessitats. Vaig agrupar a uns quants companys del gremi per tal d'unificar els preus dels contractes i va haver-hi prou interès.

No va ser fins al 2017 posant aquestes qüestions en conjunt amb els meus companys, que ens vam constituir com a associació unificant els criteris dels professionals que formem part del sector, ja siguin companys que treballen en publicitat, com en cinema. La principal idea de l'associació és crear una xarxa entre nosaltres per tal de poder recolzar-nos o consultar sobre certs espais o projectes per tal de donar el millor servei a les productores. Vam passar de ser cèl·lules independents, a poder compartir dubtes i necessitats a l'hora de desenvolupar la nostra feina. Amb els anys li hem anat donant forma gràcies també a altres agents com les *film office*.

### **4. Quina relació teniu amb les *film commissions*?**

Per mi són un pilar principal en la nostra feina. Nosaltres treballem directament amb elles i són qui ens faciliten les qüestions logístiques sobretot en el sentit d'ocupació de l'espai públic i tenint en compte les assegurances de Responsabilitat Civil.

El seu principal objectiu, al cap i a la fi, és reactivar les seves zones d'actuació i fan una feina excel·lent. Per exemple, a nivell nacional, una de les *film commissions* que està fent millor feina és la Teruel Film Commission. Terol és una província sense gaire moviment i gràcies a la comissió fílmica i sobretot a l'Estíbaliz Centeno, la seva coordinadora, han aconseguit trobar un forat de mercat on explotar el seu territori, ja sigui gràcies a les carreteres, paisatges o aeroports que s'hi troben i que faciliten molt la nostra feina.

---

Cal reconèixer la feina que fan ja que troben solucions en tots els casos possibles per facilitar la nostra feina i aconseguir el millor resultat possible, ja que tenen contacte directe amb l'administració i també amb els propietaris.

En la meva experiència, amb qui he acabat treballant més són amb les *film office* més petites com la NODE Film Clúster Costa Barcelona, que gestiona totes les zones del Garraf; la Terrassa Film Office del Parc Audiovisual de Catalunya; la Tarragona Film Commission; la Maresme Film Commission; la Girona Film Office; o fins i tot el Prat Film Office.

### **5. Treballes de manera autònoma? Com arriben a trobar-te i contractar-te les productores?**

Sí, jo sóc autònom. Les productores em contacten per projectes. Quan em contracten posen el seu projecte en les meves mans, perquè si jo no trobo aquell espai, no es pot rodar. Per tant, quan et contracten sempre ho faran sense risc, assegurant-se que no els fallaràs i que treballes de tal manera que pots encaixar en el seu projecte.

La dinàmica de treball de cada productora variarà, això sí, segons la dimensió dels projectes i segons el que avarca cadascuna d'elles, així com si són *services* o produccions nacionals.

FILMOGRAFIA BARCELONA I CATALUNYA FILM COMMISSION 2019								
TÍTOL	RODATGE	ESTRENA	TIPUS	DIRECTOR/A	PRODUCTORA	PAÍS	CÀSTING	CIUTATS
Vlad (2a temporada)	2019	2019	Sèrie TV	Jesús del Cerro Martinez	Pro TV	Romania	Adrian Nartea, Olimpia Melinte, Andrei Aradits	Barcelona
Valeria	2019	2020	Sèrie TV	Inma Torrente, Nely Reguera	Plano a Plano - Netflix	Espanya	Diana Gómez, Silma López, Paula Malia	Salou
No llegué para quedarme	2019		Llargmetratge Documental	Alicia Calderón	Pedal Producciones	Espanya, Mèxic		Barcelona
Red Light	2019	2020	Sèrie TV	Anke Blondé, Wouter Bouvijn	Eyeworks	Bèlgica, Països Baixos		Begur
Camí Lliure (Free Way)	2019	2020	Llargmetratge Documental	Àngel Parra	Festimania Pictures SL	Espanya		Barcelona
Matchday Inside FC Barcelona	2019	2020	Sèrie TV	Oriol Querol , Pol Rodríguez	Producciones del Barrio - Rakuten, Barça Studios, Kosmos Studios	Espanya		Barcelona
Días de Navidad	2019	2019	Minisèrie TV	Pau Freixas	Filmax, Netflix	Espanya	Victoria Abril, Elena Anaya, Nerea Barros, Verónica Echegui, Verónica Forqué, Charo López, Àngela Molina, Anna Moliner, Alicia Borrachero, Susi Sánchez, Francesc Garrido, Miquel Fernández, Nausicaa Bonnín, Berta Castañé, Mar Ayala, Carla Tous.	Cerdanya, Mataró - Maresme Film Commission
El crèdit	2019		TV Movie	Joan Riedweg , Abel Folk	Focus Audiovisual, Televisión Española - TVE	Espanya	Pere Ponce , Carlos Hipólito , Jordi Bosch	Alella - Maresme Film Commission
Èxode	2019		TV Movie	Román Parrado	SET MÀGIC AUDIOVISUAL S.L.	Espanya	Marcel Borrás , Hòser Tapias , Joan Amargos , Ivan Benet , Óscar Muñoz , Manuel Morón , Marta Aguilar , María Alfonsa Rosso , Paul Berrondo	Castellar de n'Hug, Cerdanyola del Valles, Mura, Prats i Sansor, Puig-reig, Sant Llorenç de Morunys, Toses, Vallès Oriental - Santa Fe del
A CASA	2019	2020	Llargmetratge Ficció	Raül Busquets	RBR Films	Espanya	Christina Bauer , Nanu Ferrari , Txema Lorente , Paco Moreno , José García Ruiz , Debbie García	Blanes, Lloret de Mar, Tordera - Maresme Film Commission
Tot és com hauria de ser	2019	2020	Llargmetratge Ficció	Ruud Schuurman	TDMP - Interstellar Pictures. Service: Western Productions	Països Baixos	Barbara Sloesen, Jan Kooijman, Sannie Langelaar, Jelle de Jong, Renée Fokker, Julia Akkemans, Tom Van Landuyt, Bram Van der Heijden, Patrick Stoof, Allard Geerlings, Holly Mae Brood, Victoria Koblenko, Meral Polat, Emma Deckers	Roses, Tossa de Mar
Les dues nits d'ahir	2019	2020	Llargmetratge Ficció	Gerard Vidal, Pau Cruanyes	Benecé Produccions S.L	Espanya	Amau Comas , Judit Cortina , Oriol Llobet	Manlleu - Osona, L'Estartit
Diari de bosc	2019		Llargmetratge Documental	Joan Vall Karsunke	IMPULSAFILM S.L.	Espanya		Porqueres
El cinema que no veiem	2019		Llargmetratge Documental	Marc Fàbregas Vila	TONED MEDIA SL	Espanya	Denise Castro, Geoffrey Cowper, Gemma Ferraté, Gonzalo López, Xavier Miralles, Diana Toucedo, Octavi Pujades	Barcelona
Sigena. La màgia d'un somni	2019		Llargmetratge Documental	Jesús Alberto Garcés Lambert	Benecé Produccions S.L	Espanya		Barcelona, Sant Cugat del Vallès
També parlen	2019	2020	Llargmetratge Documental	Lidia Títos	Anou Produccions	Espanya	Sergio Arriba, Marc Títos, Paula Títos	Cubelles - Film Cluster Costa Barcelona
La Generació silenciosa	2019	2020	Llargmetratge Documental	Ferran Navarro-Beltrán	Amoros Producciones	Espanya		Barcelona, Sitges - Film Cluster Costa Barcelona, Cabrils - Maresme Film Commission
La vida con Williams	2019	2020	Llargmetratge Documental	Emanuel Munteanu	Millennials Films	Espanya		Tarragona
Pasión	2019	2020	Llargmetratge Documental	Maja Borg	Amor y Lujó, Mantaray Film, Maja Borg Film	Espanya, Suècia		Barcelona, La Garrotxa
Societat Anònima	2019	2019	Llargmetratge Documental	Ramon Tort i Raimon Benach	SET MÀGIC AUDIOVISUAL S.L.	Espanya		Barcelona, Montgat - Maresme Film Commission, Vilafranca del Penedès

Trasllat	2019	2020	Llargmetratge Documental	Màrius Intente , Rebeca Saavedra	ESCAC Films	Espanya		Terrassa
La vampira de Barcelona	2019	2020	Llargmetratge Ficció	Lluís Danés	Brutal Media, Filmax, TV3 - Televisió de Catalunya - CCMA	Espanya	Nora Navas, Roger Casamajor, Bruna Cusi, Sergi López, Francesc Orella	Arenys de Mar, Martorell
Killing Eve (T3)	2019	2020	Sèrie TV	Terry McDonough	Sid Gentle Films Ltd, Endeavor Content, BBC America. Service: Fresco Film Services	Estats Units, Regne Unit	Sandra Oh, Fiona Shaw, Jodie Comer, Kim Bodnia, Kirby Howell-Baptiste, Owen McDonnell	Barcelona, Sant Andreu de Llavaneres - Maresme Film Commission, Sitges - Film Cluster Costa Barcelona
Westworld (3a temporada)	2019	2020	Sèrie TV	Jonathan Nolan	HBO, Fresco Films	Estats Units	Evan Rachel Wood, Thandie Newton, Tessa Thompson, Jeffrey Wright, Ed Harris, Luke Hemsworth Aaron Paul, Vincent Cassel	Besalú, Sant Just Desvern
Oh My Goig! La sèrie (T4)	2019	2020	Sèrie TV	Aida Torrent	Camille Zonca	Espanya	Berta Cascante, Ricard Balada, Tania Tor del Spar, Iker Montero, Maria Villarejo, Soribah Ceesay, Enrique Martín, Lara Oliete, Laura Solé, Joan Marmaneu, Pau Gros, Jingjing Zhu, Clara Moraleda, Eloi Casanovas, Judith Aguilà	Barcelona
Oh My Goig! La sèrie (T3)	2019	2019	Sèrie TV	Aida Torrent	Camille Zonca	Espanya	Berta Cascante, Ricard Balada, Tania Tor del Spar, Iker Montero, Maria Villarejo, Soribah Ceesay, Enrique Martín, Lara Oliete, Laura Solé, Joan Marmaneu, Pau Gros, Jingjing Zhu, Clara Moraleda, Eloi Casanovas, Judith Aguilà	Barcelona
Bany Compartit	2019	2019	Sèrie TV	Carolina Rodríguez, Àurea Martínez	Televisión Española (TVE), Visiona TV, Balance TV	Espanya	Núria Montes, Laura Porta, Sofia Coll, Paula del Río	Barcelona
Descubriendo a José Padilla	2019	2020	Llargmetratge Documental	Marta Figueras	Promarfi Futuro 2010	Espanya		Barcelona
Before thinking	2019		Llargmetratge Ficció	Jaime Refoyo		Espanya		Barcelona
Exopolitics	2019		Llargmetratge Ficció	Gilles Gambino	Kinobama Pictures	Espanya		Barcelona
Pregunta por mí mañana	2019		Llargmetratge Ficció	Miquel García Borda	Difusió Artes escénicas SLU	Espanya		Barcelona
¿Qué hicimos mal?	2019		Llargmetratge Ficció	Liliana Torres	Miss Wasabi Films, Televisión de Galicia, Televisión Española, Avalon, Matriuska, D-Raíz	Espanya	Liliana Torres, Xulio Abonjo, Héctor Carballo, Melania Cruz, Jorge Roldán	Barcelona
MessiCirque	2019	2019	Llargmetratge Documental	Agustina Macri	PopArt Music, Cirque du Soleil, Sony Music	Espanya		Barcelona
Els tallers de Joan Miró. L'âme des Ateliers	2019		Llargmetratge Documental	Cesc Mulet	La Perifèrica Produccions	Espanya		Barcelona
Robin Bank (o Manual Per Expropiar Bancs)	2019		Llargmetratge Documental	Anna Giralt Gris	GusanoFilms S.C.P.	Espanya		Barcelona
Mr. Hand Solo	2019	2020	Llargmetratge Documental	Hector Romance	Imminent Produccions, Arlong Productions	Andorra, Espanya	David Aguilar	Barcelona, Sant Cugat del Vallès
Dibuixant Max	2019	2020	Llargmetratge Documental	Cesc Mulet, Max	La Perifèrica Produccions	Espanya		Barcelona
Las niñas	2019	2020	Llargmetratge Ficció	Pilar Palomero	Inicia Films, BTeam Prods	Espanya	Natalia de Molina, Andrea Fandos	Gimenells, Pla de la Font
Xtremo	2019		Llargmetratge Ficció	Daniel Benmayor	Showrunner Films Entertainment SL	Espanya	Teo García, Óscar Jaenada, Óscar Casas, Andrea Duro, Sergio Peris-Mencheta, Alberto Jo Lee, Luis Zahera, Juan Diego	Barcelona, Blanes, Cubelles - Film Cluster Costa Barcelona, Manresa, Sitges - Film Cluster Costa Barcelona, Terrassa
No estaba muerto, andaba de parranda	2019	2020	Llargmetratge Ficció	Fernando Ayllon	Take one productions	Colòmbia	Ricardo Quevedo, Poilla, Liss Pereira	Barcelona

Mira lo que has hecho (3a temporada)	2019	2020	Sèrie TV	Javier Ruiz Caldera	El Terrat de Produccions S.L.U	Espanya	Berto Romero, Eva Ugarte, Clara Segura, Jordi Aguilar, Anna Carreño, Carmen Esteban, Inma Sancho, Font García	Barcelona, Alella - Maresme Film Commission, Cabrlis - Maresme Film Commission, L'Hospitalet de Llobregat, Palafròls - Maresme Film Commission, Sant Quirze del Vallès
Mi vacío y yo	2019		Llargmetratge Documental	Adrian Silvestre	Promarfi Futuro 2010	Espanya		Barcelona
Margalida	2019		Llargmetratge Documental	Francesca Mas, Constança Amengual	Novembre Films	Espanya		Barcelona
Impulse (T2)	2019	2019	Sèrie TV	Doug Liman	Universal Cable Productions, Hypnotic	Estats Units	Maddie Hasson, Missi Pyle, Sarah Desjardins, Erika Okuma, Craig Arnold	Barcelona
El inocente	2019	2021	Sèrie TV	Oriol Paulo	Sospecha Films, Think Studio	Espanya	Mario Casas, Aura Garrido, Alexandra Jiménez, José Coronado	Barcelona
A perfect enemy	2019	2021	Llargmetratge Ficció	Kike Maillo	Sábado Películas SL, The Project Film Club, Barry Films	Alemanya, Espanya, França	Athena Strates, Tomasz Kot, Marta Nieto, Dominique Pinon	Barcelona, El Prat de Llobregat, El Maresme - Maresme Film Commission, L'Hospitalet de Llobregat, Terrassa
Themesis	2019		Llargmetratge Ficció	Cristian Beteta	UPF (Tecnocampus Mataró)	Espanya		Barcelona, Cabrlis - Maresme Film Commission, Mataró - Maresme Film Commission, Premià de Dalt - Maresme Film Commission, Tiana - Maresme Film Commission
Roamers - Searching for home in a digital world	2019		Llargmetratge Documental	Lena Leonhardt	Royal Film Company GmbH	Alemanya		Barcelona
Hanna (T2)	2019	2020	Sèrie TV	David Farr	Amazon Studios, NBC Universal International, Tomorrow Studios, Working Title Television (Service: Palma Pictures)	Estats Units	Esme Creed-Miles, Mireille Enos, Dermot Mulroney, Yasmin Monet Prince, Aine Rose Daly, Anthony Welsh	Barcelona, El Prat de Llobregat, Sant Andreu de Llavaneres - Maresme Film Commission, Viladecans
Férias em Família (T2)	2019	2020	Sèrie TV	Guto Barra, Tatiana Issa, Pablo Uranga	Producing Partners (Service: A Company Man Entertainment SL)	Brasil	Luis Lobianco, Cristina Pereira, Luciana Paes, Clara Tiezzi, Sulivá Bispo	Barcelona
Gente Hablando (2a temporada)	2019		Sèrie TV	Álvaro Carmona	Atresmedia, Set Mágic Audiovisual	Espanya	Berto Romero, Manolo Solo y Antonio Durán Morris, Gorka Otxoa, Miki Esparbé, María de Nati, Mariola Fuentes, Raúl F. de Pablo, Itsaso Arana, Pilar Bergés, Lluís Villanueva, Dolores Martín, Llimoo, Álvaro Carmona	Barcelona
Com si fos ahir (3a temporada)	2019	2019	Sèrie TV	Sònia Sánchez	CCMA	Espanya	Marc Cartes, Àurea Márquez, Eduard Farelo, Montse Germán, Sílvia Bel, Alicia González Laá, Andrés Herrera, Jordi Rico	Barcelona
Los Espabilados	2019	2021	Sèrie TV	Roger Gual	Dynamo Audiovisual SL	Espanya	Aitor Valadés, Marco Sanz, Sara Manzano, Álvaro Requena, Héctor Pérez, Miki Esparbé, Marta Torné, Alex Brendemühl, Bruno Sevilla, Andreu Benito, Hanna Schygulla, Rym Gallardo	Barcelona, Gavà, Mataró - Maresme Film Commission, Oñuris - Maresme Film Commission, Sant Andreu de Llavaneres - Maresme Film Commission, Sant Boi de Llobregat, Sitges - Film Cluster Costa Barcelona, Terrassa, Vilassar de Dalt - Maresme Film Commission
Us	2019	2020	Minisèrie TV	Geoff Sax	Drama Republic, Bandstand Productions (Service: Palma Pictures)	Regne Unit	Tom Hollander, Sofie Gråbøl, Saskia Reeves, Tom Taylor, Iain De Caestecker, Thaddea Graham	Barcelona, Sitges - Film Cluster Costa Barcelona, Argentona - Maresme Film Commission, Vic - Osona, Martorell
C'est toi	2019		Llargmetratge Ficció	Roser Teixidó, Jaume Fargas	About a Bicycle	Espanya	Núria Florensa, Georges Gay	Barcelona
El Practicante	2019	2020	Llargmetratge Ficció	Carles Torras	Babieka Entertainment, Zabriskie Films	Espanya	Mario Casas, Débora François, Guillermo Pfening, Celso Bugallo, Pol Monen, Raúl Jiménez, María Rodríguez	Barcelona, Terrassa, L'Hospitalet de Llobregat, Lleida, El Prat de Llobregat
Drama	2019	2020	Sèrie TV	Ginesta Guindal	El Terrat de Produccions	Espanya	Elisabet Casanovas, Artur Busquets, Júlia Bonjoch	Barcelona
Aquí París - Ici Paris	2019		Llargmetratge Documental	Max Renault	Sonora Films	Espanya		Barcelona

<b>Libertad</b>	2019		Llargmetratge Ficció	Clara Roquet	Lastor Media, Avalon, Snowglobe	Espanya	Maria Morera, Nicolle García, Vicky Peña, Nora Navas, María Rodríguez Soto, Carol Hurtado, David Selvas, Óscar Muñoz, Sergi Torrecilla, Mathilde Legrand	Barcelona, Blanes, Lloret de Mar, Sant Andreu de Llavaneres - Maresme Film Commission
<b>Uno para todos</b>	2019	2020	Llargmetratge Ficció	David Ilundain	Uno para todos la película AIE, Inicia Films, Fasten Films, A Contracomiente Films, Bolo Audiovisual	Espanya	David Verdaguer, Clara Segura, Patricia López Amáiz, Betsy Túmez, Ana Labordeta	Barcelona, Arenys de Munt - Maresme Film Commission, Sant Andreu de Llavaneres - Maresme Film Commission
<b>Malnazidos</b>	2019	2020	Llargmetratge Ficció	Javier Ruiz Caldera i Alberto de Toro	Ikiru Films, Telecinco Cinema, Cactus Flower Produccions, La Terraza Films, Malnazidos AIE.	Espanya	Miki Esparbé , Aura Garrido , José Luis Callejo , Álvaro Cervantes , Jesús Carroza , María Botto , Manuel Llunel , Ayoub El Hilali , Sergio Torrico	Terrassa, Hostalric, Cardona, Sant Esteve Sesrovires, Martorell, Vall de Camprodon, La Garrotxa
<b>Kakarat</b>	2019	2020	Sèrie TV	Juho Kuosmanen, Markus Lehmusuusu	Zodiak Finland (Service: Fresco Film Services SL)	Finlàndia	Elli Melasniemi, Vincent Kinnunen, Sanna Hietala, Kai Bäckström	Barcelona
<b>4 altares</b>	2019		Llargmetratge Ficció	Alonso del Rio	4 Altares S.A.C.	Perú	Silke Klein, Daniel Giménez Cacho, Diana Quijano, Valentina Vargas, Raul Taibo, Fernando Palazuelos, Grecia Helena Corona, John McGrath, Sabina Escudero, Inés Garusso	Barcelona
<b>No Matarás</b>	2019	2020	Llargmetratge Ficció	David Victori	Filmax	Espanya	Mario Casas, Milena Smit	Barcelona, L'Hospitalet de Llobregat, Terrassa
<b>Maradona: blessed dream</b>	2019		Sèrie TV		Amazon, BTF Media (La Mano de Dios Production AIE)	Espanya	Nicolas Goldschmidt, Juan Palomino, Nazareno Casero, Julieta Cardinali, Laura Esquivel	Barcelona, Sabadell, El Prat de Llobregat, Sant Andreu de Llavaneres - Maresme Film Commission, Argentona - Maresme Film Commission, Cabrls - Maresme Film Commission
<b>La dona il·legal</b>	2019	2020	Llargmetratge Ficció	Ramon Térmens	Segarra Films, Mimesis Films	Espanya, República Txeca	Raquel Camón, Daniel Faraldo, Isak Ferriz, Àngels Bassas, Boris Ruiz, Montse Germán, Gorka Lasaosa, Yolanda Sey, Adeline Flaun	Barcelona, Lleida
<b>Merlí: Sapere Aude</b>	2019	2019	Sèrie TV	Menna Fité	Nova Veranda 2010	Espanya	Carlos Cuevas, David Solans, María Pujalte, Pablo Capuz, Azul Fernández, Claudia Vega, Pere Vallibera, Gloria Ramos	Barcelona, L'Hospitalet de Llobregat
<b>Antonio Machado. Los días azules</b>	2019	2020	Llargmetratge Documental	Laura Hojman	Summer Films	Espanya		Barcelona
<b>Foodie Love</b>	2019	2019	Sèrie TV	Isabel Coixet	Miss Wasabi	Espanya	Laia Costa, Guillermo Pfening	Barcelona, L'Hospitalet de Llobregat
<b>Les de l'hoquei</b>	2019	2019	Sèrie TV	Kiko Ruiz Claverol i Patricia Font	Brutal Media, Televisió de Catalunya	Espanya	Mireia Aixalà, Natàlia Barrientos, Dèlia Brufau, Nil Cardoner, Marc Clotet, Iria del Río, Yasmina Drissi, Juli Fàbregas, Júlia Gibert, Hamid Krim, Josep Linuesa, Jan Mediavila, Nora Navas, Mireia Oriol, Guillermo Lasheras, Xúlio Abonjo, Asia Ortega	Sabadell, Manlleu - Osona, Caldes de Montbui
<b>L'Enigma Verdaguer</b>	2019	2019	TV Movie	Lluís Maria Güell	RTVE, TV3, Diagonal Televisió SLU	Espanya	Ernest Villegas, Roger Casamajor, David Marcé, Diana Gómez, Laia Manzanares, Clara Segura, Pere Arquillué, Bea Segura, Llum Barrera, Dafnis Balduz, Aida de la Cruz, Pepa López, Francesc Orella, Juanjo Puigcorbè, Pau Durà, David Vert, Carlos Serrano-Clark	Barcelona, Arenys de Munt - Maresme Film Commission, Terrassa, Vic - Osona, La Garrotxa
<b>温州两家人(Wen Zhou Liang Jia Ren) (3a Temporada)</b>	2019	2019	Sèrie TV	Sheng Kong	Geliang Media	Xina	Hou San Tao, Huang Rui Cheng, Lin Jia Lai, Su Ruo Bing, Huang Xiao Wei	Barcelona
<b>Atrapa a un ladrón</b>	2019	2019	Sèrie TV	Javier Olivares	Viacom International Media Networks	Espanya	Alexandra Jiménez, Pablo Echarri, Adrià Collado	Barcelona, Blanes, Tossa de Mar, Sitges - Film Cluster Costa Barcelona
<b>Santa Bárbara</b>	2019		Llargmetratge Ficció	Anaïs Pareto	Santa Úrsula Films, Timber Films	Espanya, Mèxic		Barcelona, L'Hospitalet de Llobregat
<b>Isaac</b>	2019	2020	Llargmetratge Ficció	Ángeles Hernández, David Matamoros	Mr. Miyagui Films, Zentropa Spain	Espanya	Pep Ocio, Iván Sánchez, Erika Bleda, María Ribera	Barcelona, L'Hospitalet de Llobregat, Mataró - Maresme Film Commission